



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**ESCUELA DE INGENIERÍA FINANCIERA Y COMERCIO**  
**EXTERIOR**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR**

**TESIS DE GRADO**

**Previo a la obtención del título de**  
**INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR**

**TEMA:**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN  
DE UNA PLANTA PROCESADORA DE LICOR DE CACAO EN LA  
EMPRESA “AGROEXPORTADORA MANOBANDA S.A”, EN EL  
CANTÓN QUEVEDO, PROVINCIA DE LOS RÍOS, PARA EL AÑO  
2013.”**

**AUTOR:**

**Washington Bladimir Borja Apunte**

**RIOBAMBA- ECUADOR**

**2014**

## **CERTIFICACION DEL TRIBUNAL**

Certificamos que el presente trabajo ha sido revisado en su totalidad quedando autorizada su presentación.

.....  
Ing. Norberto Morales  
**DIRECTOR DE TESIS**

.....  
Ing. Juan Carlos Vinuesa  
**MIEMBRO DE TRIBUNAL**

## **CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA:**

Las ideas expuestas en el presente trabajo de investigación y que aparecen como propias son en su totalidad de absoluta responsabilidad del autor.

.....

**Washington Bladimir Borja Apunte**

## **DEDICATORIA**

Dedico este acto a Dios, a mis padres, mis hermanos, mi familia, mis amigos y maestros que han estado siempre en este camino que se llama vida, en este paso que se llama logro, sin el apoyo constante de ellos nada de esto sería posible.

## **AGRADECIMIENTO**

Gracias, ADIOS por la vida, la sabiduría que me proporcionaste. Gracias por la bendición de tener a Sergio Borja y Lida Apunte, unos padres maravillosos, que siempre me han mostrado el camino que debía seguir, por sus sabios consejos, que sin ellos, no hubiese concluido mi carrera profesional a mis hermanos que de alguna u otra manera siempre me han apoyado, mi esposa e mi hija que son un motivo más para seguir adelante.

Gracias a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, a mi Facultad de Administración de empresas, por albergarme en sus aulas, por la sabiduría que poseen sus catedráticos, GRACIAS.

# ÍNDICE GENERAL

	<b>Pág.</b>
Portada	
Certificación del tribunal .....	II
Certificado de responsabilidad.....	III
Dedicatoria.....	IV
Agradecimiento.....	V
Índice general.....	VI
Índice de cuadros .....	IX
Índice de gráficos.....	X
Resumen ejecutivo .....	XII
Summary.....	XIII
Introducción .....	14
CAPÍTULO I .....	18
1.1 Generalidades del proyecto .....	18
1.1.1 Planteamiento del problema .....	18
1.1.2 Formulación del problema.....	18
1.1.3 Justificación del problema.....	19
1.1.4 Delimitación del problema .....	19
1.1.5 Objetivos .....	20
1.1.5.1 Objetivo general .....	20
1.1.5.2 Objetivos específicos .....	20
1.1.6 Hipótesis.....	20
1.1.6.1 Hipótesis general .....	20
1.1.6.2 Hipótesis específicas.....	20
1.1.7 Variables de estudio .....	21
1.1.8 Modalidad de investigación.....	21
1.1.9 Métodos de investigación.....	22
1.1.9.1 Técnicas .....	23
CAPÍTULO II.....	24
2.1 Estudio de mercado .....	24
2.1.1 Definición del producto.....	24
2.2 Especificaciones del producto .....	31
2.2.1 Identificación de la empresa.....	32

2.2.2 Ubicación de la Empresa .....	32
2.2.3 Valores de la Empresa .....	33
2.2.4 Misión.....	33
2.2.5 Visión .....	33
2.2.6 Demanda.....	33
2.2.6.1 El mercado a nivel Cantonal.....	33
2.3 Anàlisis econòmico .....	37
2.3.1 Anàlisis de la economía Ecuatoriana.....	37
2.3.2 Provincia de los Ríos .....	38
2.3.2.1 División política .....	39
2.3.3 Economía y recursos de Quevedo .....	40
2.4 Investigacion del mercado.....	41
2.4.1 Universo .....	41
2.4.2 La muestra .....	41
2.4.2.1 Elaboración del muestreo .....	42
2.5 Resultados .....	43
2.6 Hallazgos .....	59
2.7 Analisis de oferta y demanda .....	60
2.7.1 Oferta.....	60
2.7.2 Demanda.....	61
2.7.3 Demanda insatisfecha.....	64
2.8 Canales de distribucion y comercializacion .....	65
2.9 El marketing .....	65
2.10 Conclusiones del estudio de mercado .....	68
CAPÍTULO III.....	69
3.1 Estudio técnico .....	69
3.1.1 Tamaño del proyecto .....	69
3.2 Localización .....	72
3.2.1 Macro-localización.....	72
3.3 Ingeniería del proyecto .....	73
3.3.1 Proceso productivo del licor de cacao .....	73
3.3.2 Cuantificación de variables para la producción .....	74
3.3.3 Proceso productivo .....	75
3.4 Maquinaria y equipo.....	76

3.5	Distribución de la planta.....	77
3.6	Estructura organizacional .....	78
CAPÍTULO IV .....		79
4.1	Estudio Económico Financiero .....	79
4.1.1	Costos de producción del proyecto .....	80
4.2	Costo total.....	83
4.3	Inversiones.....	86
4.3.1	Inversiones fijas.....	86
4.3.2	Determinación de la inversión diferida .....	86
4.3.3	El capital de trabajo .....	86
4.4	Depreciaciones y amortizaciones .....	89
4.4.1	Depreciaciones .....	89
4.4.2	Amortizaciones.....	90
4.5	Financiamiento .....	90
4.5.1	Fuentes de financiamiento.....	90
4.5.2	Estructura del financiamiento.....	91
4.6	Estructura de costos.....	93
4.7	Determinación de los ingresos .....	98
4.8	Punto de equilibrio económico.....	99
4.9	Estado de pérdidas y ganancias .....	100
4.10	Estado de situación financiera .....	101
CAPÍTULO V.....		104
5.1	Evaluación Financiera y Económica .....	104
5.1.1	Tasa de rendimiento mínima aceptable (TREMA). .....	105
5.1.2	Valor actual neto (VAN) .....	105
5.1.3	Tasa interna de retorno (TIR) .....	108
5.2	Evaluación social.....	110
5.3	Impacto ambiental .....	111
5.3.2	Medidas de mitigación .....	112
CAPÍTULO VI .....		113
6.1	Conclusiones y Recomendaciones .....	113
Bibliografía .....		115
Anexos .....		<b>¡Error! Marcador no definido.</b>



## ÍNDICE DE CUADROS

No.	Título	Pág.
No. 1	División política de los ríos .....	39
No. 2	Tabulación pregunta 1.....	43
No. 3	Tabulación pregunta 2.....	44
No.4	Tabulación pregunta 3.....	45
No.5	Tabulación pregunta 4.....	46
No.6	Tabulación pregunta 5.....	47
No.7	Tabulación pregunta 6.....	48
No.8	Tabulación pregunta 7.....	49
No.9	Tabulación pregunta 8.....	50
No.10	Tabulación expendedores pregunta 1 .....	51
No.11	Tabulación expendedores pregunta 2 .....	52
No.12	Tabulación expendedores pregunta 3 .....	53
No. 13	Tabulación expendedores pregunta 4 .....	53
No. 14	Tabulación expendedores pregunta 5 .....	54
No. 15	Tabulación expendedores pregunta 6 .....	55
No. 16	Tabulación expendedores pregunta 7 .....	56
No. 17	Tabulación expendedores pregunta 8 .....	57
No. 18	Tabulación expendedores pregunta 9 .....	58
No. 19	Oferta histórica.....	60
No. 20	Oferta proyectada.....	61
No. 21	Demanda histórica .....	62
No. 22	Demanda proyectada.....	63
No. 24	Demanda insatisfecha .....	64
No. 25	Requerimiento de tecnología .....	71
No. 26	Organización de la empresa .....	72
No. 27	Cuantificación de variables.....	74
No. 28	Cuantificación de materia prima.....	74
No. 29	Cuantificación otros materiales.....	75
No. 30	Maquinaria y equipo .....	76
No. 31	Costos directos .....	81
No. 32	Costos indirectos .....	82

No. 33 Hoja de costos y gastos .....	84
No. 34 Capital de trabajo .....	87
No. 35 Inversión total .....	87
No. 36 Inversion planta.....	88
No. 37 Depreciaciones .....	89
No. 38 Depreciaciones moviliario .....	89
No. 39 Amortizaciòn gastos.....	90
No. 40 Financiamiento.....	91
No. 41 Amortizacion de la deuda .....	93
No. 42 Costo de producciòn .....	94
No. 43 Gastos administrativos .....	95
No. 44 Gastos de venta .....	96
No. 45 Costo indirecto .....	97
No. 46 Estructura de costos .....	98
No. 47 Determinaciòn de los ingresos .....	98
No. 48 Costos fijos y variables .....	99
No. 49 Perdidas y ganancias .....	100
No. 50 Estado de situacion financiera .....	101
No. 51 Flujo de efectivo .....	103
No. 52 Van positivo .....	106
No. 53 Van negativo .....	107

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>No.</b>	<b>Título</b>	<b>Pág.</b>
No.1	Ubicación .....	32
No.2	Quevedo (Ecuador) .....	34
No.3	Provincia de Los Ríos.....	38
No.4	Consumo de licor de cacao .....	44
No.5	Presentación del licor de cacao .....	44
No.6	Uso del licor de cacao en la cocina .....	45
No.7	Conocimiento de nutrientes del licor de cacao .....	46
No.8	Decisión de consumo del producto .....	47

No.9 Lugares donde adquirir productos orgánicos .....	48
No.10 Frecuencia de consumo.....	49
No.11 Decisión de publicidad de los productos orgánicos .....	50
No.12 Comercialización de licor de cacao .....	51
No.13 Presentación de licor de cacao .....	52
No.14 Conocimiento de beneficio del licor de cacao .....	53
No.15 Tiendas que venden licor de cacao .....	54
No.16 Preferencias de adquisición de licor de cacao.....	55
No.17 Consumo de licor de cacao .....	56
No.18 Beneficio de aceptación de la implementación de la planta .....	57
No.19 Aceptación de publicidad de licor de cacao.....	58
No.20 Lugar donde adquiere licor de cacao .....	59
No.21 Oferta histórica.....	60
No.22 Oferta proyectada.....	61
No.23 Demanda histórica .....	62
No.24 Demanda proyectada.....	63
No.25 Demanda insatisfecha .....	64
No.26 Macro – localización los ríos .....	72
No.27 Micro-localización empresa.....	72
No.28 Espacio físico de la fábrica .....	77

## **RESUMEN EJECUTIVO**

“Proyecto de factibilidad para la implementación de una planta procesadora de licor de Cacao en la Empresa “AGROEXPORTADORA MANOBANDA S.A”, en el Cantón Quevedo, Provincia de Los Ríos, para el año 2013.” La Empresa AGROEXPORTADORA MANOBANDA S.A ubicada en el Cantón Quevedo Provincia de Los Ríos en el km1 vía valencia, realiza actividades de comercio exterior con la producción de cacao nacional, y por su gran producción, AGROEXPORTADORA MANOBANDA S.A, opta por ofrecer al mercado un producto elaborado a base del cacao nacional mejorando así los precios de producción ya que nuestro país no cuenta con empresas que se dediquen en su totalidad a la industrialización de este producto ofreciendo al mercado local y nacional un producto de calidad con valor agregado. El presente proyecto tiene la finalidad de demostrar la factibilidad que tendrá la implementación de una planta procesadora de licor de cacao en la EXPORTADORA MANOBANDA S.A, en el Cantón Quevedo Provincia de Los Ríos. Para este proyecto se realizó el estudio para identificar el mercado meta que es el Cantón Quevedo, donde se muestra y se compara la oferta y la demanda, el estudio técnico, y finalmente los índices financieros donde nos muestra lo viable del proyecto, la Empresa AGROEXORTADORA MANOBANDA S.A a través de este proyecto pretende cubrir las necesidades y demanda insatisfecha de los consumidores. Al final se ha realizado un análisis detallado, entre el VAN1 (valor actual neto) y VAN2 (costo de oportunidad), el TIR (Tasa Interna de Retorno) equivalente a 59,94%, se concluye que el proyecto es rentable desde el punto de vista financiero. La relación de Beneficio/Costo mide la utilidad obtenida por cada unidad de capital invertido, es decir, mide la utilidad que genera el proyecto por cada dólar invertido. Arrojando así un resultado de B/C USD 1,46, esto representa una actividad importante no solo económicamente sino social, contribuyendo directamente con la disminución del desempleo en el lugar.

## SUMMARY

This is a feasibility Project for the Implementation of a cocoa Liquor Processing Plant in the Company “AGROEXPORTADORA MANOBANDA S.A.” in the city of Quevedo, Los Rios Province for the year 2013. The Company AGROEXPORTADORA MANOBANDA S.A. is located at 1 km on the way to Valencia in Quevedo, Los Ríos Province. It carries out international business with national cocoa beans. Because of its great production, AGROEXPORTADORA MANOBANDA S.A. offers an elaborated product made up these cocoa beans improving this way production prices. Currently, Ecuador does not have enterprises that totally dedicate their business to the industrialization of this liquor which will be a product of great quality with value added. This project’s main objective is to demonstrate its feasibility when implementing a Cocoa Liquor Processing Plant in the Company AGROEXPORTADORA MANOBANDA S.A. in the city of Quevedo, Los Ríos Province. The market study was done in order to indentify the target market which is the city of Quevedo. It is the city where supply and demand are compared as well as the technical study, and finally the financial indexes which show that the project is feasible. AGROEXPORTADORA MANOBANDA S.A. tries to meet the needs the unsatisfied demand of its customers. Finally, a detailed analysis has been done among NPV1 (Net Present Value), NPV2 (cost of opportunity), and IRR (Internal Rate of Return) which is equivalent to 59.94%; as a conclusion, it can be determined that the project is profitable from a financial point of view. The cost-benefit analysis measures the profit obtained per each capital unit invested; it means it measures the profit that the project generates per each dollar invested. The B/C result yields USD 1.46. This represents an important activity that is not only good economically, but it also contributes to unemployment decrease in the city.

## INTRODUCCIÓN

El Ecuador ha sido un país que se caracteriza por su producción agrícola, rico en un sin número de productos, llamado la atención por países desarrollados, abriendo puertas para su desarrollo.

El producto más apreciado por los demás países es el cacao nacional, ya que este no solo es rico en aroma sino que da origen a uno de los productos más deliciosos del mundo, el chocolate que fue desarrollado en el siglo XIX.

Sin embargo la vaina de cacao fue primero utilizada para la creación de una bebida en la época de los mayas, en México, alrededor del año 600. Igualmente, los españoles tomaron la costumbre de consumir la bebida chocolatada que se convirtió en un verdadero deleite; el día que se les ocurrió agregarle azúcar.

Religiosas instaladas en México mejoraron la receta incorporándole vainilla, canela y anís.

Recién en 1755 los norteamericanos, en ese entonces colonia inglesa, la bebida que enloquecía a toda Europa. Cada país intenta, desde entonces su propia fuente de aprovisionamiento plantado cacao en sus colonias provisionando un nuevo producto.

Esto, sumado a la industrialización, hizo posible que llegara a todos los estratos, de la población en el mundo entero, por lo que no es de extrañar que las industrias pasaran a producir 600.000 kg al año en 1890 a 17.000.000 en vísperas de la primera guerra mundial.

El cacao Ecuatoriano desde sus orígenes fue reconocido a nivel mundial, por su sabor y aroma floral, hasta 1994 se reconoció a Ecuador como productor del 100% del cacao fino y de aroma, hoy en día Ecuador se mantiene en el ranking del mejor cacao del mundo.

Podemos observar que Ecuador tiene una gran oportunidad de crear y ofrecer un nuevo producto creado a base de cacao nacional, dando un valor agregado a un producto nacional, es por eso que la EMPRESA AGROEXPORTADORA MANOBANDA S.A, que se dedica a la exportación de cacao nacional, entre otros productos, ubicada en el Cantón Quevedo Provincia de Los Ríos, desea dar un valor agregado a un producto líder en el mercado nacional e internacional como es el cacao nacional,

Es por esta razón considerable que se pretende implementar una planta procesadora de licor de cacao en la Empresa AGROEXPORTADORA MANOBANDA S.A, brindando nuevas alternativas, generando fuentes de empleo, alimentar económicamente no solo a la ciudad sino también al país.

Para establecer una planta procesadora de licor de cacao, es primordial llevar a cabo un estudio de mercado, el cual permitirá establecer tanto la demanda como la oferta de éste producto.

Para realizar un estudio de mercado, es necesario realizar una encuesta, que permitirá sondear el comercio de cualquier producto, en nuestro caso, el de licor de cacao. Es por eso, que al visitar los mercados y tiendas, en donde se reúnen personas para realizar diversos trueques de mercadería, es una forma de obtener la información necesaria y real.

Se deben de tener en cuenta otros factores para un análisis que permitirá implementar esta planta procesadora de licor de cacao: costo del terreno, costo y proveedor de la materia prima, la contratación del personal idóneo y el costo de maquinaria y equipo, por mencionar entre algunos, que al reunirlo con un volumen de ventas deseado, conllevará al resultado esperado: utilidad en las ventas o ganancias para la empresa.

Pero, para llegar a concluir con una utilidad, se debe realizar un análisis financiero, aplicando una sensibilidad del proyecto.

Al final, se llegará a establecer el precio de venta del licor de cacao, ya sea Paquete: kg 25 kraft cartón de papel con polietileno de alta densidad de fondo cuadrado bolsa cargado en 20ft contenedores, que son las formas más comunes de venta de este

producto. Y se tiene presente el mercado en el que se presenta la mayor comercialización del mismo, para poder atender la demanda.

## **LA EMPRESA AGROEXPORTADORA MANOBANDA S.A**

### **Antecedentes**

La Empresa AGROEXPORTADORA MANOBANDA S.A, creada desde el 20 de marzo de 1980 por el Dr. Sixto Jorge Manobanda Cedeño inició sus operaciones como una comercializadora de cacao y café, la misma que vendía sus productos en el antiguo puerto de Guayaquil, ahora "malecón 2000". La visión, emprendimiento y entereza llevó al Dr. Manobanda a contactar nuevos mercados en el exterior, los mismos que ávidos de adquirir mayores volúmenes de cacao nacional fino de aroma o cacao sabor arriba no dudaron en entablar con premura estrechas relaciones comerciales.

Somos una Empresa ecuatoriana de alto prestigio empresarial, con un nivel competitivo en estándares de calidad, dedicamos nuestro tiempo y atención a nuestros clientes para obtener el liderazgo en el mercado local e internacional, esto hace que obtenga grandes resultados y aceptación de nuestros productos y por ende la aceptación de un nuevo producto con un valor agregado, este proyecto se puede llevar a cabo gracias a que nuestra empresa además de ser líder en adquisición y exportación de cacao nacional contamos con los recursos necesarios para realizar la implementación de una planta procesadora de licor de cacao, en nuestro proyecto nos centraremos directamente en la implementación de una planta procesadora, para la transformación del cacao en un producto elaborado.

Proyecto de Factibilidad es una guía para la construcción de una planta que contiene la misión, las oportunidades identificadas, los objetivos, las estrategias, los planes de acción y las medidas de control y evaluación. Es necesario elaborar un Proyecto de factibilidad para la implementación de una planta procesadora de licor de cacao y conocer, el mercado al que vamos a implementar.

La implementación de una planta procesadora de licor de cacao hoy en día no solo es un desarrollo económico sino también un avance tecnológico sobre todo en un país que



requiere estar en vanguardia y ser competitivo con los países desarrollados e industrializados.

Para poder llegar al éxito con una meta definida debemos cumplir con ciertos requisitos y estándares de calidad requerida para la implementación de una planta procesadora de licor de cacao.

### **Reseña Histórica**

Agro Manobanda Hnos. S.A. (Agromaban), creada desde el 20 de marzo de 1980 por el Dr. Sixto Jorge Manobanda Cedeño inició sus operaciones como una comercializadora de cacao y café, la misma que vendía sus productos en el antiguo puerto de Guayaquil, ahora "Malecón 2000". La visión, emprendimiento y entereza llevó al Dr. Manobanda a contactar nuevos mercados en el exterior, los mismos que ávidos de adquirir mayores volúmenes de cacao nacional fino de aroma o cacao sabor arriba no dudaron en entablar con premura estrechas relaciones comerciales.

Preocupada desde su creación por el desarrollo agrícola del sector, Agromanobanda Hnos. aporta con capacitación, fomento y dirección orientada al buen manejo de las huertas y correctos procedimientos post cosecha. Fiel testigo de lo expuesto anteriormente es el Dr. Reinhard Lieberei del instituto de botánica aplicada de la Universidad de Hamburgo, quien nos visitó en nuestra huerta demostrativa de cacao nacional fino de aroma, ubicada en km. 4 ½ de la vía Quevedo – Valencia y que cuenta con 20 has de las cuales 15has están sembradas de cacao y las restantes están orientadas para viveros.

Nuestro Cacao se exporta bajo la marca Agro Manobanda, la misma que es reconocida y apetecida por nuestros selectos clientes que gustan del cacao ecuatoriano fino de aroma.

# **CAPÍTULO I**

## **1.1 GENERALIDADES DEL PROYECTO**

### **1.1.1 Planteamiento del Problema**

El Cantón Quevedo Provincia de los Ríos, con mayor número de habitantes la mayor parte dedicada a la explotación de sus tierras no obstante, los pequeños y grandes agricultores dedicados a la siembra y cosecha de cacao nacional no han logrado organizar adecuadamente una actividad de alta productividad y a un precio adecuado estable, ya que las grandes industrias de las ciudades se favorecen de intermediarios para comprar sus productos a un precio muy bajo. Los pobladores originales de la Provincia, que ocupan tierras en su mayoría comunales, al no disponer de recursos suficientes, por sus bajos costos en el producto (cacao) no han sido capaces de desarrollar actividades agrícolas significativas, todo esto debido a que no cuenta con una empresa que se dedique al proceso de cacao nacional, que solucione la problemática de sus agremiados con respecto a los precios y adquisición del producto.

Todos estos aspectos finalmente sugieren que es necesario la implementación de una planta procesadora de licor de cacao en la Empresa “AGROEXPORTADORA MANOBANDA S.A”, del Cantón Quevedo Provincia de Los Ríos aprovechando así su infraestructura y la utilización de tecnología avanzada.

### **1.1.2 Formulación del Problema**

La Exportadora MANOBANDA S.A, es una Empresa de carácter privado que se dedica a la exportación de productos entre ellos como favorito el cacao, sin embargo desde 1980 hasta la actualidad no cuenta con un sistema o equipo para dar un valor agregado al producto, que ayude a solucionar los diferentes problemas tanto a la Empresa como a los pequeños productores de la Provincia, es por esto que el incentivo de producción de cacao nacional se está perdiendo en el Ecuador como consecuencia pobreza a los agricultores que se dedican al cultivo de este producto debido a los bajos precios que se proporciona.

Debido a esta problemática tanto en el Cantón como en la Provincia, nos hacemos la siguiente interrogante ¿Cómo influirá política, social y económicamente la implementación de una planta procesadora de licor de cacao en la Empresa **AGROEXPORTADORA MANOBANDA S.A** y que impacto producirá a sus beneficiarios?, esto nos conlleva a realizar una investigación, que nos permita determinar todas estas variables y dar una solución positiva a este problema.

### **1.1.3 Justificación del Problema**

La implementación de la planta procesadora de licor cacao, es necesaria por cuanto dará lugar a mejorar las condiciones de vida de los pequeños y medianos productores cacaoteros, quienes en la actualidad su producto es vendido a precios en muchos de los casos son irrisorios y que no cubren los costos de producción por la intermediación en la comercialización de este producto, lo cual no les permite desarrollarse en sus cultivos, peor aún como personas para cubrir todas sus necesidades básicas que requieren el hombre y la familia.

Por lo tanto; hemos considerado, dar un valor agregado a la explotación cacaotera, generara mayor número de plazas de trabajo; así como, practicar el precio justo en la comercialización de este producto, por cuanto el hecho de la exportación se obtendrá una mayor ganancia que permitirá ser distribuida en forma equitativa a los agricultores dedicados a la producción de cacao, como el desarrollo y crecimiento de la planta que se encuentra como objeto de nuestro proyecto.

### **1.1.4 Delimitación del Problema**

“El presente proyecto de implementación de una planta procesadora de licor de cacao se lo realizara en la Empresa **AGROEXPORTADORA MANOBANDA S.A**, del Cantón Quevedo Provincia de Los Ríos, para el año 2013”.

### **1.1.5 Objetivos**

#### **1.1.5.1 Objetivo General**

Formular el proyecto de factibilidad para la implementación de una planta procesadora de licor de cacao, para fortalecer a la EMPRESA “AGROEXPORTADORA MANOBANDA S.A”, en el Cantón Quevedo, Provincia de los Ríos, para el año 2013.

#### **1.1.5.2 Objetivos Específicos**

- Realizar un estudio de mercado.
- Determinar la capacidad de producción.
- Determinar la base legal y administrativa de la empresa.
- Determinar la capacidad financiera y económica de la empresa.
- Determinar la evolución del proyecto con sus respectivos índices financieros del TIR,VAN,B/C

### **1.1.6 Hipótesis**

#### **1.1.6.1 Hipótesis General**

La implementación de una planta procesadora de licor de cacao permite a la Empresa AGROEXPORTADORA MANOBANDA S.A,obtener un desarrollo económico del Cantón Quevedo provincia de Los Ríos, mediante la transformación de materia prima en un producto ya elaborado dándole así un valor agregado al cacao nacional.

#### **1.1.6.2 Hipótesis Específicas**

- El 70% de la población se dedica al cultivo de cacao, lo cual es una gran oportunidad realizar un, “proyecto de factibilidad para la implementación de una

planta procesadora de licor de cacao en la Empresa AGROEXPORTADORA MANOBANDA S.A, del Cantón Quevedo provincia de los Ríos, para el año 2013”.

- La infraestructura y espacio físico de la empresa facilita la implementación de la planta procesadora de licor de cacao y por ende la capacidad requerida cumpliendo con los estándares de calidad establecidos.
- Las maquinarias y equipo de trabajo están al alcance de la empresa para su implementación.
- La Empresa cuenta con la inversión inicial para la implementación de la planta procesadora de licor de cacao.

#### **1.1.7 Variables de Estudio**

- **Variable Dependiente.**

Implementación de la planta procesadora de licor de cacao en la Empresa AGROEXPORTADORA MANOBANDA S.A

- **Variable Independiente.**

Desarrollo económico y social del Cantón Quevedo Provincia de Los Ríos.

#### **1.1.8 Modalidad de Investigación**

- **Cualitativa**, Tiene como objetivo la descripción de las cualidades de un fenómeno. Busca un concepto que pueda abarcar una parte de la realidad.

Lo utilizaremos para encontrar la mayor cantidad de cualidades posible dentro del proyecto.

- **Cuantitativa,** En el enfoque cuantitativo, lo importante es la generalización o universalización de los resultados de la investigación.

## **Métodos de Investigación**

Este estudio representa un análisis de diferente naturaleza consta de una exploración del mercado al cual se desea introducir los bienes producidos, una vez concluido esto se elabora un estudio para conocer la factibilidad técnica de instalar una planta en la ciudad de Quevedo, en la Empresa AGROEXPORTADORA MANOBANDA S.A y las características que deberá tener, finalmente conformada por una indagación económica financiera que permitirá conocer la rentabilidad del proyecto. Para complementar todo lo anterior se consultara bibliografía, revistas y artículos especializados con la intención de conocer esta industria. La investigación también constara de visitas personales a pequeñas productoras de cacao nacional ubicadas en esta misma ciudad. Además se aplicara el método de exploración, descriptivo e histórico, pues estos permitirán el análisis de las causas y consecuencias, elaborar estrategias aprovechando la información obtenida, direccionándola a soluciones para reducir los problemas.

- **Método de Exploración.-** es el que pretenden darnos una visión general de tipo aproximativo respecto a una determinada realidad.
- **Método Descriptivo.-**La investigación descriptiva se ocupa de la descripción de datos y características de una población. El objetivo es la adquisición de datos objetivos, precisos y sistemáticos que pueden usarse en promedios, frecuencias y cálculos estadísticos similares.
- **Método Histórico:** Está vinculado al conocimiento de las distintas etapas de los objetos en su sucesión cronológica, para conocer la evolución y desarrollo del objeto o fenómeno de investigación se hace necesario revelar su historia, las etapas principales de su desenvolvimiento y las conexiones históricas fundamentales.

### 1.1.8.1 Técnicas

Son procedimientos metodológicos y sistemáticos que se encargan de operatividad e implementar los métodos de Investigación y que tienen la facilidad de recoger información de manera inmediata, las técnicas son también una invención del hombre y como tal existen tantas técnicas como problemas susceptibles de ser investigados.

#### ➤ **La Encuesta:**

Las encuestas las diseñamos de acorde a nuestras necesidades e inquietudes, todo basado en preguntas con respecto al cacao, su producción, precio, consumo en producto ya elaborado, etc.

- **Investigación Bibliográfica:** Es la revisión bibliográfica de tema para conocer el estado de la cuestión. La búsqueda, recopilación, organización, valoración, crítica e información bibliográfica sobre el tema específico que vamos a investigar.

#### ➤ **Instrumentos de Investigación**

Los instrumentos son los medios materiales que se emplean para recoger y almacenar la información. Ejemplo: fichas, formatos de cuestionario, guías de entrevista, grabadores, escalas de opinión.

Haciendo una investigación descriptiva usando como instrumento de recolección de información el cuestionario, procedimos a tomar una muestra aleatoria simple de los agricultores dentro de una población de 124 mil 478 habitantes. Aproximadamente, esto basándonos en que nuestro proyecto plantea un estudio de pruebas de mercado.

## CAPÍTULO II

### 2.1 ESTUDIO DE MERCADO

#### 2.1.1 Definición del Producto

##### 1. Licor de cacao

Es el producto obtenido por la desintegración mecánica de granos de cacao limpios y pelados, sin extraerle ni añadirle ninguno de sus componentes. El grano seleccionado es tostado, descascarillado, molido y refinado. El producto final obtenido se atempera empacándose en bloques de 30Kg.

Presentación: El producto viene contenido en cajas de cartón, con una bolsa interna de polietileno.

Peso neto: 30Kg.

Empacado y etiquetado: El etiquetado indica el nombre del productor, peso neto, fecha de vencimiento.

##### 2. Especificaciones

<b>Nombre Específico del Producto</b>	
Pasta de cacao	
<b>Descripción General del Producto</b>	
Producto obtenido por la trituración de las habas del cacao previamente seleccionadas, tostadas y descascaradas sin la adición de aditivos. También se le denomina Licor de Cacao o Masa de Cacao.	
<b>Usos</b>	
Uso industrial.	
<b>Composición</b>	<b>Ingredientes</b>
/	



Cacao en grano de Fino Aroma.	
<b>Presentación</b> Caja por 30 kg.	<b>Sistema de Identificación de Fecha de Vencimiento</b> Marcado en el empaque externo como día / mes / año.
<b>Condiciones de Conservación y almacenamiento</b> Conservar en lugar seco y fresco. Evitar la exposición directa al sol ó a cualquier otra fuente de calor. Recomendable mantener a 18 °C y 65% de H. R.	<b>Periodo de vida útil</b> Bajo las condiciones de almacenamiento establecidas, mínimo 12 meses. Fecha de vencimiento indicada en el envase.

### **3. Características del Producto**

<b>Característica</b>	<b>Parámetro</b>	<b>Unidad</b>	<b>Especificación</b>
<b>Sensorial</b>	Aspecto	-	Pasta
	Color		Marrón claro
	Olor		Característico
	Sabor		Característico
<b>Físico-Químico</b>	Humedad	%	Máximo 2,0
	Grasa (Manteca de Cacao)	%	Mínimo 50,0
	Cenizas	%	Máximo 4,0
	pH (Solución al 10%)	-	5,0 – 6,5
<b>Microbiológico</b>	Recuento Mesófilos Aerobios	ufc/g	10 000
	Numeración Coliformes Totales	NMP/g	10
	Recuento Mohos	ufc/g	100
	Recuento Levaduras	ufc/g	100
	Detección de <u>Escherichiacoli</u>	En 10 g	Negativo
	Detección <u>Salmonella</u>	En 25 g	Negativo

	<u>Staphylococcus aureus</u>		ufc/g	10
<b>Peligros Químicos</b>	Metales	Arsénico (As)	mg/kg	Máximo 1
	Pesados	Cobre (Cu)		Máximo 30
		Plomo (Pb)		Máximo 2

#### 4. Masa del cacao



Masa del cacao (licor de cacao) es el cacao finamente molido. Al igual que el chocolate es sólido a temperatura ambiente, pero líquido por encima de los treinta y cinco grados.<sup>1</sup> Los métodos de molienda son diversos, en la antigüedad se empleaban metates y en la actualidad diversas máquinas moledoras denominadas Melangeur.

##### a) Características

La masa de cacao se compone más de la mitad de su peso de cacao en polvo (53%) y el resto es manteca de cacao (17%) y diversos otros elementos como taninos. Por regla general la masa de cacao es uno de los primeros pasos en la elaboración de diversos subproductos como pueden ser el ganache.

El proceso de separación de la masa del cacao y de la manteca, suele realizarse con el proceso Broma.

## **b) Semielaborados**

Se refiere al cacao en una etapa de industrialización. Se separan las fases sólidas de las líquidas, obteniendo productos que serán utilizados para la fabricación de chocolates y derivados.

**Licor:** Es una pasta fluida que se obtiene del cacao a partir de un proceso de molienda. Se utiliza como materia prima en la producción de chocolates y de algunas bebidas alcohólicas. Al someterse al proceso de prensado, puede convertirse en:

**Manteca:** Es la materia grasa del cacao. Se conoce también como aceite de theobroma. Es usada también en la producción de cosméticos y farmacéuticos.

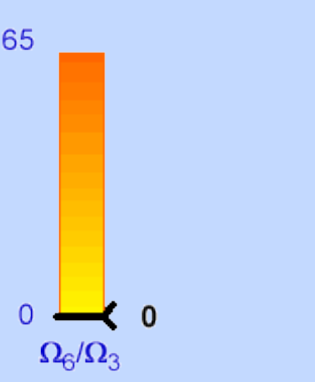
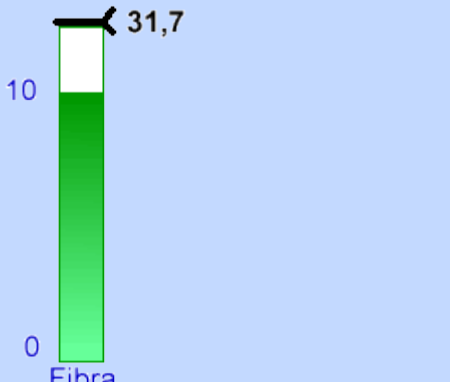
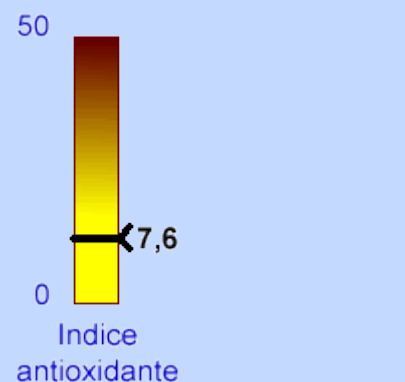
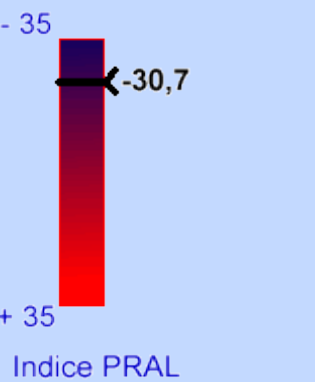
**Torta:** Es la fase sólida del licor de cacao. Se utiliza en la elaboración de chocolates.

**Polvo:** La torta puede ser pulverizada y convertirse en polvo de cacao, utilizado para la elaboración de bebidas de chocolate.

## 5. Nutrición y beneficios a la salud

### Fichas nutricionales



 <p>65 0 <math>\Omega_6/\Omega_3</math></p>	 <p>10 0 Fibra</p>	 <p>50 0 Indice antioxidante</p>	 <p>- 35 + 35 Indice PRAL</p>
El cacao no contiene ácidos grasos omega	El cacao es uno de los alimentos que más fibra aporta (31,7 g/100 g)	El cacao contiene antioxidantes en cantidades moderadas	El cacao alcaliniza notablemente la orina
<b>INFORMACIÓN NUTRICIONAL COMPLEMENTARIA</b>			
Sodio 20 Potasio 2000 Calcio 200 Magnesio 550 Fósforo 700 Hierro 400 Cobre 5.2 Zinc 9.2 Selenio 13 Yodo 0	Ácidos grasos saturados 6.8 Ácidos grasos monoinsaturados 3.8 Ácidos grasos poliinsaturados 0.4 Colesterol 0	Vitamina A 0 Beta-caroteno 0 Vitamina C 0 Vitamina D 0 Vitamina E (tocoferoles) 0 Vitamina K 2.4 Tiamina 0 Riboflavina 0 Niacina 0	Vitamina B6 0 Folatos 32 Vitamina B12 0 Acidopantoténico 0.25

El cacao contiene además muchas sustancias importantes (se estima unas 300) como la anandamida, arginina, dopamina (neurotransmisor), epicatequina (antioxidante), histamina, magnesio, serotonina (neurotransmisor), triptófano (esencial para suscitar la liberación del neurotransmisor serotonina), feniletilamina (FEA), polifenoles (antioxidantes), tiramina, salsolinol y flavonoides. Su efecto estimulante se debe a la teobromina que produce un aumento del nivel de serotonina y dopamina. Productos a base de cacao que contienen azúcar pueden intensificar más el efecto estimulante a través del mayor aumento del nivel de serotonina y dopamina.

La concentración de feniletilamina no estimula por ser eliminada rápidamente por el organismo. También la dosis de dopamina contenida es demasiado baja como causar efectos estimulantes directos. Cabe señalar que la teobromina puede ser tóxica para perros y gatos.

## **6. Propiedades**

El cocimiento de semillas y hojas se usa para tratar asma, debilidad, diarrea, fracturas, hígido, inapetencia, malaria, parasitismo, pulmonía, tos, cólico y envenenamiento.

El aceite de semilla se usa para tratar heridas, erupciones, quemaduras, labio rajado, afecciones dérmicas, dolor de muela, fatiga, malaria y reumatismo. Las hojas tiernas se usan para desinfectar heridas.

Contraindicaciones: Puede provocar migrañas o jaquecas y molestias gastrointestinales.

## **7. Elaborados**

Es el cacao tras un proceso de industrialización o elaboración artesanal. Por lo general, se refiere al chocolate, que puede ser: barras, tabletas, bombones, coberturas, blanco, en polvo, relleno, baños y un sin fin de manufacturas más, obtenidos a partir de mezclas con otros productos o frutos secos.

El consumo de chocolate es asociado con una serie de beneficios para la salud. Estudios demuestran que favorece al sistema circulatorio, y que también tiene otros buenos efectos:

- 1.- Anticanceroso,
- 2.- Estimulador Cerebral,
- 3.- Antitusígeno,
- 4.- Antidiarreico,
- 5.- Efectos Afrodisiacos.

## 8. Precios

Los precios del licor de cacao en el mercado se encuentran entre:

Precio Máximo	999
Precio promedio	888
Precio Mínimo	000

### 2.2 ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO

- **TIPO ASE:** Peso entre 105-110 gr. las 100 pepas, porcentaje de fermento entre el 50-60%, las impurezas no deben pasar del 4,0%, el porcentaje de moho no exceda del 3% y la humedad al 7%.
- **TIPO ASS:** Peso entre 120-125 gr. las 100 pepas, porcentaje de fermento entre el 65-75%, las impurezas no deben pasar del 2,5%, el porcentaje de moho no exceda del 2% y la humedad al 7%.
- **TIPO ASSS:** Peso entre 125-130 gr. las 100 pepas, porcentaje de fermento entre el 75-85%, las impurezas no deben pasar del 1,5%, el porcentaje de moho no exceda del 1% y la humedad al 7%.

### 2.2.1 Identificación de la Empresa

**TIPO DE EMPRESA:** PRIVADA

**RAZÓN SOCIAL:** AGROEXPORTADORA MANOBANDA S.A

**NUMERO DE RUC:** 0991387870001

**REPRESENTANTE LEGAL:** FRANCISCO JAVIER SANDOYA ALAVA

**CEDULA DE IDENTIDAD:** N° 0915633432

**TELEFONO:** Teléfono:(593-5) 278 0253 / (593-5) 278 0254

**SITI WEB:** agromanobanda@grupomanobanda.com

**LOGOTIPO:**



### 2.2.2 Ubicación de la Empresa

La Ubicación de la Empresa AGROMANOBANDA S.A es:

PAIS ECUADOR

REGION COSTA

PROVINCIA LOS RIOS

CANTÓN QUEVEDO

DIRECCIÓN Quevedo: **Km. 1** vía a Valencia.

**Gráfico N° 1. UBICACIÓN**



**Fuente:** Mapa satelital de la ciudad de Quevedo



### **2.2.3 VALORES DE LA EMPRESA**

Respetando y haciendo honor al lema "El cliente siempre tiene la razón Agromanobandase caracteriza por ser una empresa abierta para todo tipo de requerimientos y observaciones de nuestros clientes y que honorablemente y con responsabilidad cubre en su totalidad los compromisos, contratos y requerimientos adquiridos.

### **2.2.4 MISIÓN**

Somos una empresa dedicada a la comercialización y exportación de cacao en grano de calidad, para satisfacer las necesidades de la industria chocolatera nacional e internacional, ofreciendo buenos precios a nuestros productores y aportando al desarrollo del país.

### **2.2.5 VISIÓN**

Ser una empresa comercializadora y exportadora de Cacao y otros productos agrícolas commodities; preferida, reconocida y solicitada en el mercado nacional e internacional; cumpliendo con los estándares exigidos de calidad.

### **2.2.6 DEMANDA**

#### **2.2.6.1 EL MERCADO A NIVEL CANTONAL**

La determinación del mercado, pues es la parte del proyecto en la cual se determina el grado de necesidad que presenta la sociedad en relación al bien o servicio cuya producción se debe estudiar a través del proyecto.

El estudio de mercado como su nombre lo indica tiene como objetivo principal identificar un mercado para un bien o servicio específico, o sea pretende estimar racionalmente el mercado de consumidores y el nivel de consumo que tendrá un

producto o servicio, si se lo presenta con ciertas características a determinados precios y en un periodo de tiempo establecido.

Nuestra área de identificación será a nivel del Cantón Quevedo con proyecciones a nivel nacional. La investigación se realizara mediante un análisis del grupo objetivo, esto es en los mercados y tiendas, en donde se reúnen personas para realizar diversos trueques de mercadería, es una forma de obtener la información necesaria y real.

### **Gráfico N° 2 QUEVEDO (ECUADOR)**



Quevedo es una ciudad ecuatoriana ubicada al centro de dicho país, cuenta con una población de 173.585 habitantes (en 2010), su actividad económica principal es la agropecuaria. Es la cabecera cantonal del Cantón Quevedo y la ciudad más grande y poblada de la Provincia de Los Ríos.

Quevedo es considerada la nueva capital bananera de Ecuador por ser el centro de operaciones de la mayoría de compañías bananeras que operan en el país y por la prestigiosa calidad de su fruta de exportación.

## **Clima**

Es una zona climática lluviosa subtropical, su temperatura habitual es de unos 20 a 33 °C y a veces llega a los 38 °C. Las lluvias nacen mayoritariamente al este de la ciudad (en el cantón La Maná está el epicentro principal). Con esto Quevedo tiene precipitaciones en todos los meses del año y su precipitación anual oscila entre 3.000 a 4.000 mm.

## **Organización territorial**

Tiene 9 parroquias urbanas:

- Quevedo
- San Camilo
- San Cristóbal
- Venus del Río Quevedo
- Nicolás Infante Díaz
- Guayacán
- Siete de Octubre
- 24 de mayo
- Viva Alfaro

**Tiene 2 parroquia rurales:**

San Carlos, La Esperanza

## **Límites**

- **Norte:** Cantones de Buena Fé y Valencia
- **Este:** Cantones de Quinsaloma y Ventanas
- **Sur:** Cantón Mocache
- **Oeste:** Provincia de Guayas

## **Economía**

Quevedo es el mayor centro económico y comercial de la provincia de Los Ríos, entregando divisas de la exportación de sus productos agrícolas como: banano, café, cacao, palo de balsa, caucho, palma africana, frutales, soya, maíz, y su producto estrella la pepa de oro, el cacao nacional entre otros.

A mediados del siglo pasado Quevedo se convirtió en el centro de producción de cacao obteniendo actualmente denominación de origen por su producto "Sabor arriba", un chocolate negro de un fino aroma. El banano también tiene prestigio en esta región. La diversidad de productos que se producen en Quevedo le ha dado el nombre de "granero del Ecuador"

En mayo de 2011 fue inaugurado en la ciudad el centro comercial El Paseo Shopping Quevedo, que contó con una inversión de alrededor de 15 millones de dólares.

## **El mercado**

El mercado principal del cantón Quevedo son las tiendas, supermercados, comisariatos, las pequeñas y medianas empresas, y porque no a nuestros clientes internacionales y demás personas que se dediquen al consumo de este producto, o que quieran adquirir un producto más económico y de calidad.

Hoy en día muchas empresas tanto de la provincia como de la ciudad adquieren un producto de las empresas de las grandes ciudades y muchas de las veces del exterior, con la implementación de la planta para procesar licor de cacao se espera, que el nivel de clientes y demás proveedores de la Empresa AGRO EXPORTADORA MANOBANDA S.A, ubicada en el Cantón Quevedo Provincia de Los Ríos crezca, ya que esta permitirá desarrollarse económicamente no solo a la provincia sino al país.

## **2.3 ANÁLISIS ECONÓMICO**

El análisis económico nos permite definir dónde se comercializará el producto ya elaborado. Para esto debemos identificar claramente donde se desarrollara el proyecto de implementación de una planta procesadora de licor de cacao. Lo cual debemos realizar un análisis global de la situación económica del Ecuador, lo cual nos permite tener una idea clara de cómo será la evolución y el desarrollo del objeto de estudio.

Este análisis del país, nos permitirá analizar las condiciones locales específicas de la industria, determinando y describiendo las oportunidades que posee el cantón Quevedo Provincia de Los Ríos, en el aspecto industrial y producción agrícola, donde realizaremos el estudio de mercado.

### **2.3.1 Análisis de la Economía Ecuatoriana**

Se explica que el crecimiento de la economía nacional en los últimos años es "el excelente y sostenido desempeño de la economía no petrolera, que es lo que permite mantener esa base de consumo, inversión y bienestar en los hogares".

Según el funcionario, la tasa promedio que creció la economía no petrolera entre el 2000 y el 2006 fue de 3,9% anual. Pero entre el 2007 y el 2012 el nivel de crecimiento fue del 4,8%; es decir, un punto más en este último período.

En el 2012 la economía creció en 5% con énfasis en los sectores de la construcción, enseñanza y servicios sociales y de salud, manufactura y administración pública.

En contraposición Ecuador está ubicado geográficamente en la línea ecuatorial que le da su nombre, lo cual le permite tener un clima estable casi todos los meses del año con las consecuencias positivas para el sector agrícola; posee petróleo en cantidades que si bien no lo ubican como un país con grandes reservas, las tiene suficientes para su desarrollo.

El país tiene importantes reservas ecológicas y turísticas en cuyo aprovechamiento puede estar el sustento para el progreso.

Según el BANCO CENTRAL al finalizar el 2013, el Producto Interno Bruto (PIB) del Ecuador superará el 4% y la inflación llegará al 4,4%, según las autoridades del Banco Central, que presentaron este miércoles sus proyecciones económicas.

### **2.3.2 Provincia de Los Ríos**

Los Ríos, oficialmente Provincia de Los Ríos, es una de las 24 provincias de la República del Ecuador, localizada en la Región Costa del país. Su capital es la ciudad de Babahoyo y su localidad más poblada es la ciudad de Quevedo. Es uno de los más importantes centros agrícolas del Ecuador. Con sus 778 115 habitantes, Los Ríos es la cuarta provincia más poblada del país, debido principalmente al reciente desarrollo de la industria. Sus ciudades más importantes y pobladas son: Quevedo, Babahoyo, Buena Fe, Ventanas, Vinces y Valencia. Su territorio está ubicado en la parte central del litoral del país y limita con las provincias de Guayas, Santo Domingo de los Tsáchilas, Manabí, Cotopaxi y Bolívar.

Según el último ordenamiento territorial, la provincia de Los Ríos pertenece a la región comprendida también por las provincias de Bolívar, Guayas y Santa Elena.














**Gráfico N° 3 PROVINCIA DE LOS RÍOS.**



### 2.3.2.1 División política

Los Ríos se divide en 13 cantones: 30 parroquias urbanas y 17 parroquias rurales; sus cantones:

#### No.1DIVISIÓN POLÍTICA DE LOS RÍOS

	Cantón	Pob. (2010)	Área (km <sup>2</sup> )	Cabecera Cantonal
	<a href="#">Baba</a>	39.681	516	<a href="#">Baba</a>
	<a href="#">Babahoyo</a>	153.776	1.076	<a href="#">Babahoyo</a>
	<a href="#">Buena Fe</a>	63.148	569	<a href="#">Buena Fe</a>
	<a href="#">Mocache</a>	38.392	562	<a href="#">Mocache</a>
	<a href="#">Montalvo</a>	24.164	362	<a href="#">Montalvo</a>
	<a href="#">Palenque</a>	22.320	570	<a href="#">Palenque</a>
	<a href="#">Pueblo Viejo</a>	36.477	336	<a href="#">Pueblo Viejo</a>
	<a href="#">Quevedo</a>	173.575	303	<a href="#">Quevedo</a>
	<a href="#">Quinsaloma</a>	16.476	280	<a href="#">Quinsaloma</a>
	<a href="#">Urdaneta</a>	29.263	377	<a href="#">Catarama</a>
	<a href="#">Valencia</a>	42.556	707	<a href="#">Valencia</a>
	<a href="#">Ventanas</a>	71.093	282	<a href="#">Ventanas</a>
	<a href="#">Vinces</a>	71.736	693	<a href="#">Vinces</a>

### **2.3.3 Economía y Recursos de Quevedo**

#### **1. Manufactura**

La industria manufacturera de la provincia se concentra básicamente en los cantones Babahoyo y Quevedo. Por el valor de la producción y el valor agregado la rama industrial más importante puede ser la de fabricación de papel y productos de papel (La Reforma y Acuapapel). Otras industrias importantes son: Ingenio Isabel María, Agroindustrial Fruta de la Pasión que produce concentrados de maracuyá, las industrias madereras Maderas y Balsas Ecuatorianas y Productos del Pacífico. Son múltiples las pilladoras en las distintas poblaciones fluminenses, así como los molinos de arroz y de café.

#### **2. Agricultura**

Esta es la principal fuente de producción de la provincia. En las llanuras existen cultivos de arroz, de caña de azúcar, maíz, palma africana, maracuyá, papaya, etc. y en las partes más altas hay condiciones excelentes para los cultivos de exportación: café, cacao, banano, plátano, entre otros. La actividad desplegada por la Universidad Técnica de Babahoyo ha permitido un mejoramiento de la productividad agrícola gracias al empleo de la técnica, fertilizantes, maquinaria y semillas seleccionadas.

La provincia ocupa el primer lugar de la república en la producción de cacao y es la segunda en la costa en la producción de café. El cacao o "pepa de oro" producido en esta provincia fue desde la colonia hasta la primera guerra mundial el mayor productor agrícola de exportación del Ecuador. Los Ríos es la segunda provincia a nivel nacional en la producción de arroz (superada sólo por Guayas) y la primera entre las provincias de la costa en la producción de fréjol seco. Ocupa además el primer lugar a nivel nacional en la producción de maíz duro. Respecto a la producción de palma africana, Los Ríos ocupa el segundo lugar en la costa después de Esmeraldas. A nivel nacional es la primera en la producción de soya. Como se puede constatar, esta provincia es una de las más privilegiadas del Ecuador desde el punto de vista agrícola.



### **3. Los señores del cacao**

El cultivo ancestral de la provincia de Los Ríos ha sido y es el cacao. El investigador ecuatoriano Andrés Guerrero ("Los oligarcas del cacao") ha recogido importantes informaciones sobre el cacao en la economía nacional en los comienzos de siglo. Para el año 1900, la provincia de Los Ríos fue la más importante de las provincias en la producción de cacao. En esa época la clase terrateniente cacaotera tenía un fuerte poder económico. Según el catastro de ese año, Los Ríos tenía 1.594 fundos en producción, cerca de 31 millones de árboles de cacao, más de 8 mil trabajadores y una población estimada de 40 mil personas. "Estos indicios dejan pensar que para fines de siglo había un sector de la clase terrateniente extremadamente rico: unas 10 o 20 familias que controlaban seguramente un porcentaje muy significativo de la producción cacaotera".

## **2.4 INVESTIGACION DEL MERCADO**

### **2.4.1 Universo**

Es necesario contar con fuentes primarias de información para ello se ha identificado a los consumidores, y distribuidores de licor de cacao, los primeros 173.575 habitantes de la ciudad de Quevedo, y los segundos 540 tiendas, 4 supermercados, siendo este nuestro universo.

### **2.4.2 La Muestra**

Esta fase de la muestra abarca dos tareas muy importantes como son: el establecimiento del marco muestra para extraer la muestra y la construcción del cuestionario cuando se va a obtener la información a través de encuestas. Los procedimientos que utiliza el muestreo estadístico se apoyan en un marco mastral que incluye todos los elementos de la población a consultar. El marco es la base para extraer la muestra y su obtención es una tarea fundamental de esta fase.

### 2.4.2.1 Elaboración del muestreo

Siendo la población amplia en su universo de estudio, es necesario establecer el cálculo de una muestra representativa en especial para recoger la información de la colectividad de consumo y de quien los provee. Para determinar el tamaño de la muestra hemos utilizado la siguiente fórmula:

$$n = \frac{(z^2) * N * p * q}{(e^2 * (N-)) + (z^2) * p * q}$$

#### **Supermercados**

N=4

En este caso se aplica el instrumento de recolección de datos a los 4 jefes comerciales de los supermercados, no siendo necesario el cálculo de una muestra.

#### **Tiendas**

N=540

$$n = \frac{(z^2) * N * p * q}{(e^2 * (N-)) + (z^2) * p * q}$$

$$n = \frac{518,616}{3,6554}$$

$$n = 142$$

Es decir se aplican los instrumentos de recolección de datos a 142tiendas del cantón Quevedo de modo aleatorio

## Población Cantón Quevedo

N=173.585 (Censo de población y vivienda 2010)

$$n = \frac{(z^2) \times N \times p \times q}{(e^2 \times (N-1)) + (z^2) \times p \times q}$$
$$n = \frac{166701,43}{868,8504}$$

$$n = 190$$

Es decir se aplican los instrumentos de recolección de datos a 190 personas del cantón Quevedo de modo aleatorio

## 2.5 RESULTADOS

### A. INVESTIGACIÓN POBLACIÓN DE QUEVEDO

Aplicado los instrumentos de recolección de datos en la población, se ha podido establecer los siguientes resultados:

#### 1. Consume usted licor de cacao?

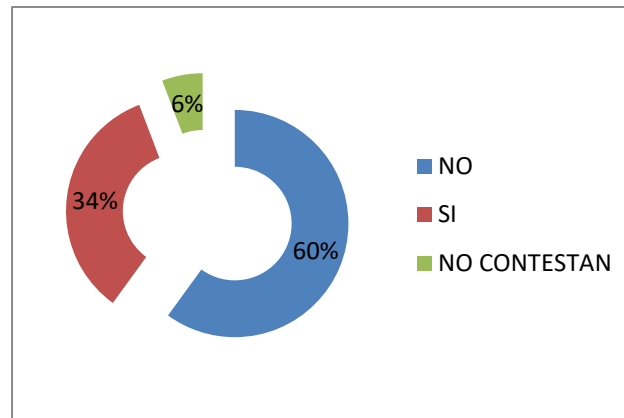
##### No.2 TABULACIÓN PREGUNTA 1

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
NO	114	60%
SI	65	34%
NO CONTESTAN	11	6%
TOTAL	190	100%

**Fuente:** Encuestas

**Realizado por:** Él autor

**Gráfico N° 4 CONSUMO DE LICOR DE CACAO**



**ANALISIS:** Podemos decir que los encuestados en el cantón Quevedo si consumen licor de cacao.

**2.Cuál es la presentación que le gustaría para el licor de cacao?**

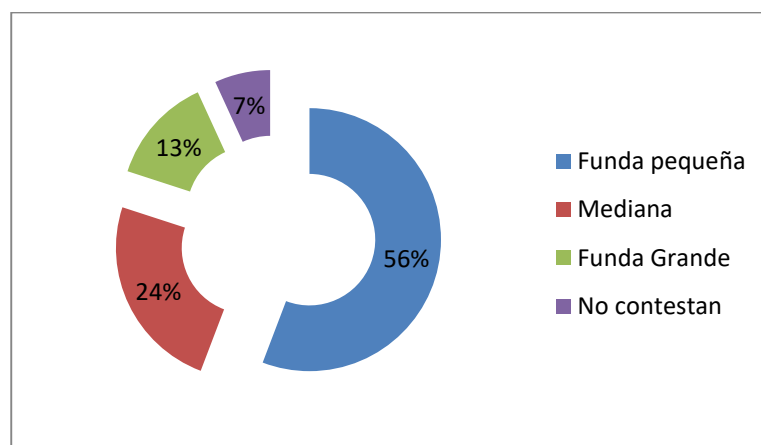
**No.3 TABULACIÓN PREGUNTA 2**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Funda pequeña	106	56%
Mediana	46	24%
Funda Grande	25	13%
No contestan	13	7%
TOTAL	190	100

**Fuente:** Encuestas

**Realizado por:** El autor

**Gráfico N° 5 PRESENTACIÓN DEL LICOR DE CACAO**



**ANALISIS:** Al observar el gráfico podemos decir que las personas prefieren la presentación en funda pequeña en un porcentaje del 56,00%, mientras que la funda mediana prefiere en un 24,00% y la funda grande en un 13,00%

### 3. Ha utilizado en su cocina licor de cacao

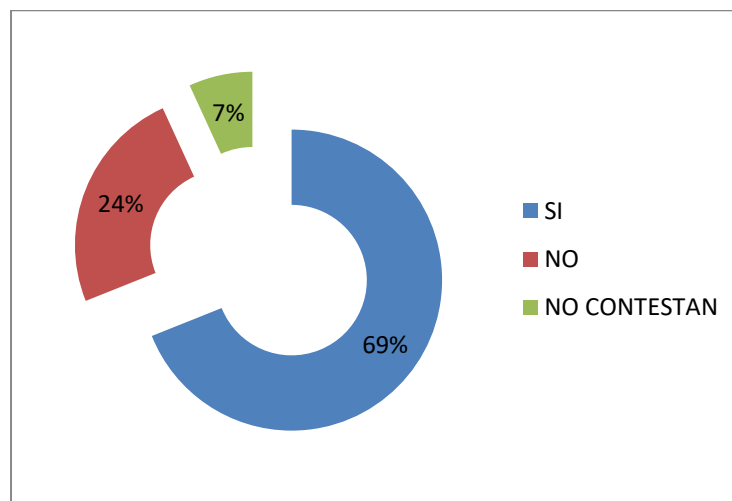
**No.4 TABULACIÓN PREGUNTA 3**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
SI	131	69%
NO	46	24%
NO CONTESTAN	13	7%
TOTAL	190	100

**Fuente:** Encuestas

**Realizado por:** Él autor

**Gráfico N° 6 USO DEL LICOR DE CACAO EN LA COCINA**



**ANALISIS:** De las personas encuestadas en su mayoría utilizan licor de cacao en su cocina diaria, mientras que en un grupo menor de ellas no lo utilizan en su alimentación diaria.

**4. Conoce usted que el licor de cacao es más saludable que otros productos?**

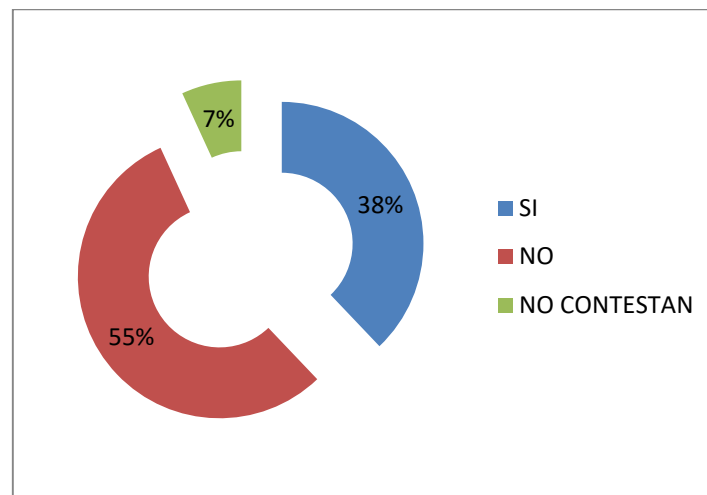
**No.5 TABULACIÓN PREGUNTA 4**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
SI	72	38,00%
NO	105	55,00%
NO CONTESTAN	13	7,00%
TOTAL	190	100,00%

**Fuente:** Encuestas

**Realizado por:** Él autor

**Gráfico N° 7 CONOCIMIENTO DE NUTRIENTES DEL LICOR DE CACAO**



**ANALISIS:** De las personas encuestadas pocas personas realmente conocen los beneficios que brinda el licor de cacao, mientras que la mayoría de los encuestados no conocen la capacidad de nutrientes que tiene este producto.

**5. Consumiría usted el licor de cacao producido y procesado en la región de Quevedo?**

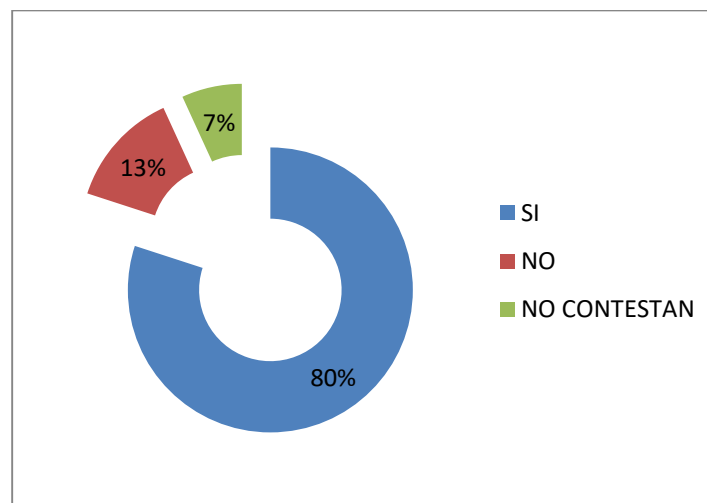
**No.6 TABULACIÓN PREGUNTA 5**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
SI	152	80%
NO	25	13%
NO CONTESTAN	13	7%
TOTAL	190	100

**Fuente:** Encuestas

**Realizado por:** El autor

**Gráfico N ° 8 DECISIÓN DE CONSUMO DEL PRODUCTO**



**ANALISIS:** En la mayor parte de personas encuestadas contestan que sí consumirían licor de cacao realizado en la zona, en un porcentaje del 13,00% dicen que no consumirían el producto.

## 6. Donde preferiría comprar el licor de cacao

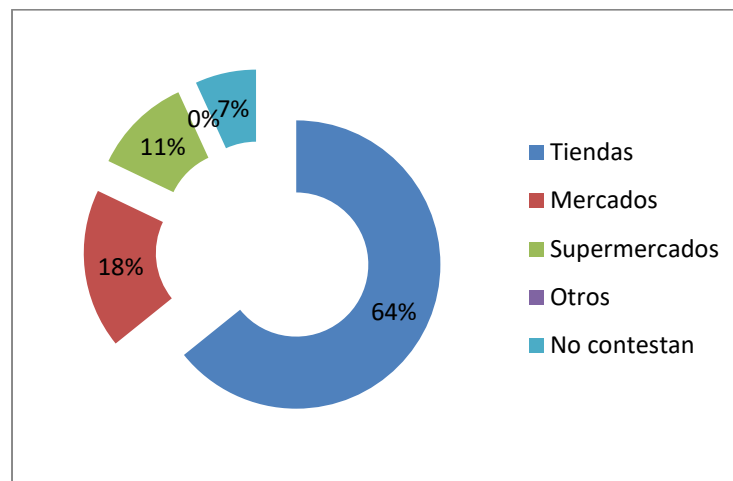
No.7 TABULACIÓN PREGUNTA 6

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Tiendas	122	64%
Mercados	34	18%
Supermercados	21	11%
Otros	0	0%
No contestan	13	7%
TOTAL	190	100

**Fuente:** Encuestas

**Realizado por:** Él autor

Gráfico N° 9 LUGARES DONDE ADQUIRIR PRODUCTOS ORGÁNICOS



**ANÁLISIS:** Las personas encuestadas manifiestan que compran licor de cacao preferentemente en la tiendas especializadas, mientras que en un porcentaje no muy considerable lo hace en los mercados, y un 13,00% compradores acuden a los supermercados.



**7. Cuántas veces consumiría licor de cacao?**

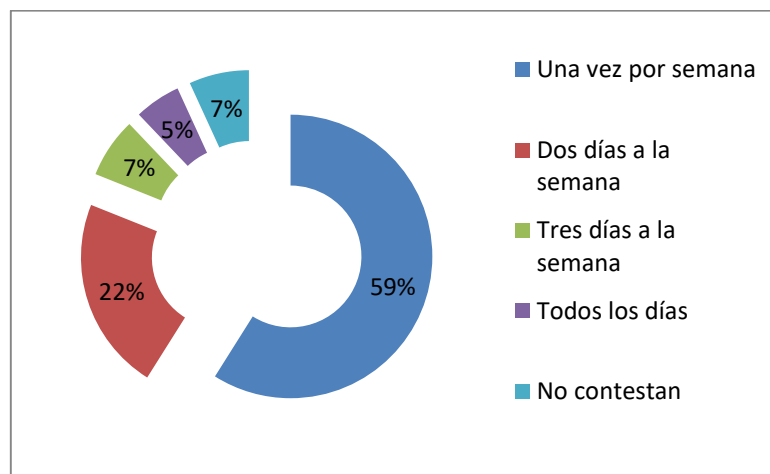
**No.8 TABULACIÓN PREGUNTA 7**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Una vez por semana	112	59%
Dos días a la semana	42	22%
Tres días a la semana	13	7%
Todos los días	10	5%
No contestan	13	7%
<b>TOTAL</b>	<b>190</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Realizado por:** El autor

**Gráfico N° 10 FRECUENCIA DE CONSUMO**



**ANALISIS:** El 59% de las personas encuestadas manifiestan que consumirían licor de cacao una vez por semana, dos días a la semana 22,00%, tres días a la semana en un 7,00% y todos los días 5,00% constituyéndose un grupo minoritario el que consuma cotidianamente este producto.

**8. Le gustaría que se publicite la venta de licor de cacao?**

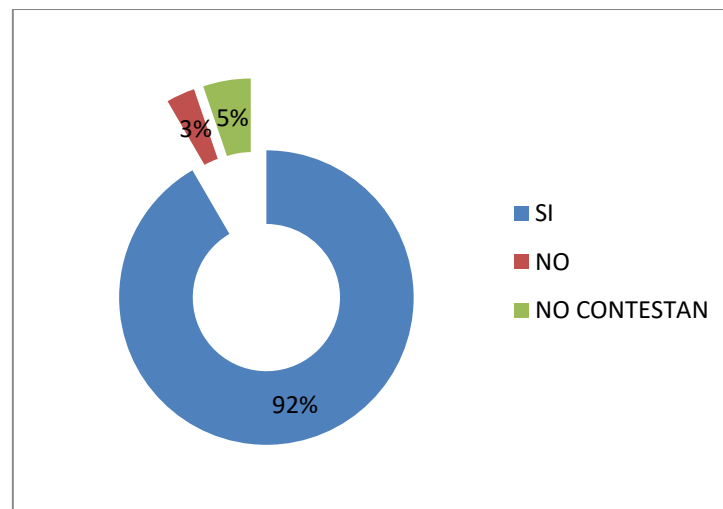
**No.9 TABULACIÓN PREGUNTA 8**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
SI	175	92%
NO	6	3%
NO CONTESTAN	10	5%
TOTAL	190	100%

**Fuente:** Encuestas

**Realizado por:** Él autor

**Gráfico N° 11 DECISIÓN DE PUBLICIDAD DE LOS PRODUCTOS ORGÁNICOS**



**ANALISIS:** La mayor parte de personas encuestadas están de acuerdo que se publicite el consumo de licor de cacao, mientras que en un porcentaje minoritario no consideran que la publicidad sería adecuada para este producto.

## B.) RESULTADOS (EXPENDEDORES DE LICOR DE CACAO)

### 1. Comercializa usted licor de cacao?

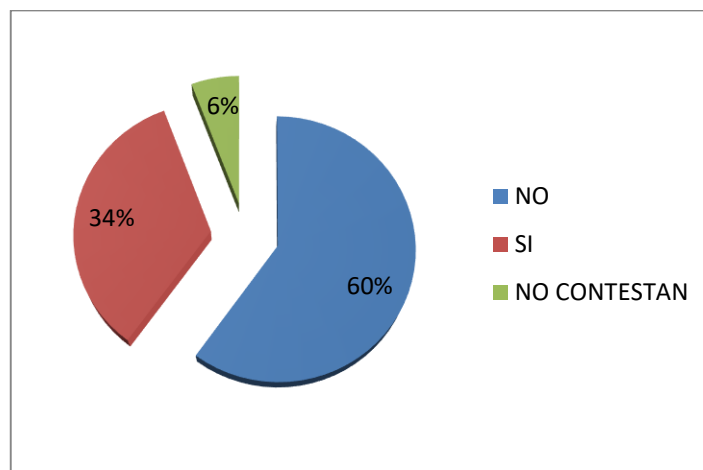
**No.10 TABULACIÓN EXPENDERDORES PREGUNTA 1**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
NO	85	60%
SI	48	34%
NO CONTESTAN	9	6%
TOTAL	142	100%

**Fuente:** Locales de expendio de productos de primera necesidad

**Realizado por:** El Autor

**Gráfico N° 12COMERCIALIZACION DE LICOR DE CACAO**



**Análisis:** De los lugares de expendio de productos de primera necesidad, se ha establecido que la mayoría comercializa con licor de cacao, un grupo minoritario no lo hace y un grupo minúsculo de distribuidores de este producto no contestan a la pregunta.

**2. Cuál es la presentación que más se consume de licor de cacao?**

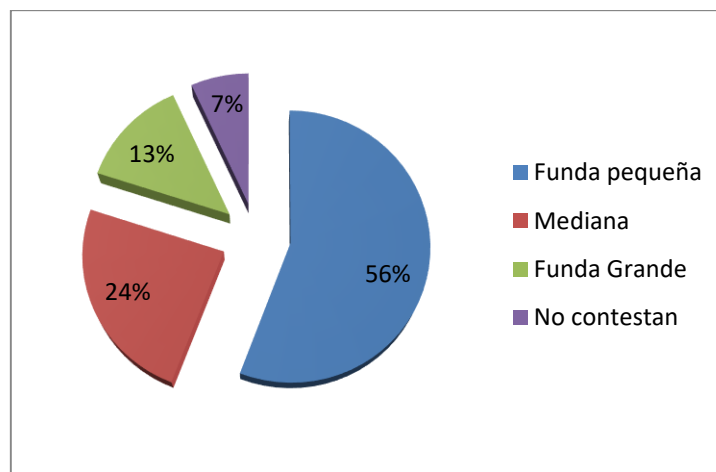
**No.11 TABULACIÓN EXPENDERDORES PREGUNTA 2**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Funda pequeña 500grs	80	56%
Mediana 1000grs	34	24%
Funda Grande1500 grs	18	13%
No contestan	10	7%
TOTAL	142	100%

**Fuente:** Locales de expendio de productos de primera necesidad

**Realizado por:** El Autor

**Gráfico N° 13PRESENTACIÓN DE LICOR DE CACAO**



**Análisis:** Los lugares de expendio de productos de primera necesidad, consideran que la presentación que más sale en relación al licor de cacao es fundas pequeñas, un 24% manifiestan que son fundas medianas y apenas un 13% cree que lo que más se consume son fundas grandes de licor de cacao.

### 3. Conoce usted que el licor de cacao es más saludable que otros productos?

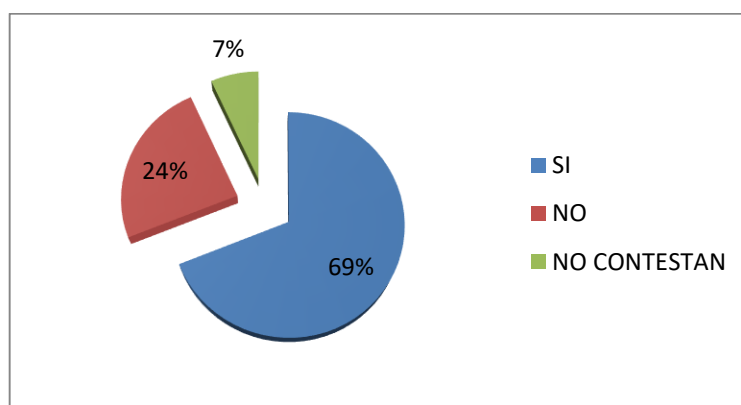
#### No.12 TABULACIÓN EXPENDERDORES PREGUNTA 3

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
SI	98	69%
NO	34	24%
NO CONTESTAN	10	7%
TOTAL	142	100

**Fuente:** Locales de expendio de productos de primera necesidad

**Realizado por:** El Autor

#### Gráfico N° 14 CONOCIMIENTO DE BENEFICIO DEL LICOR DE CACAO



**Análisis:** De los lugares encuestados podemos manifestar que la mayoría de ellos conocen que el licor de cacao es saludable en comparación con otros productos, no así otras tiendas que consideran que no lo es y un pequeño grupo de tiendas manifiesta desconocer la situación nutricional del producto.

### 4. Vende usted licor de cacao con frecuencia?

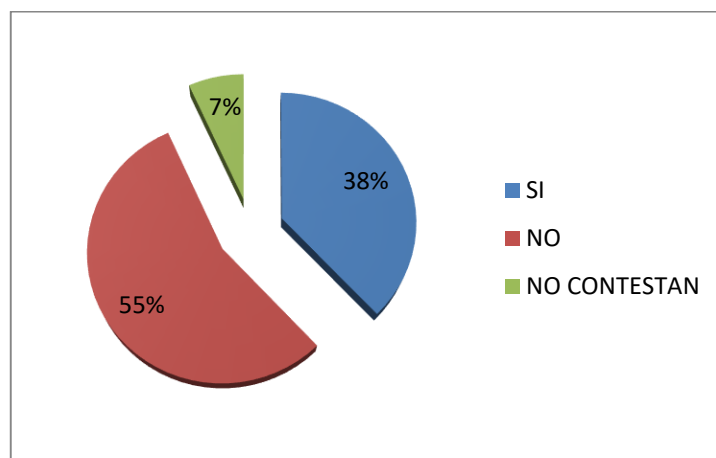
#### No.13 TABULACIÓN EXPENDERDORES PREGUNTA 4

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
SI	98	69%
NO	34	24%
NO CONTESTAN	10	7%
TOTAL	142	100

**Fuente:** Locales de expendio de productos de primera necesidad

**Realizado por:** El Autor

**Gráfico N° 15 TIENDAS QUE VENDEN LICOR DE CACAO**



**Análisis:** De los lugares encuestados podemos manifestar que la mayoría de ellos expenden o comercializan con licor de cacao, un grupo minoritario de ellos no lo hace y un 7% de los lugares visitados y encuestados no contestan esa pregunta.

#### **5. Donde preferiría comprar el licor de cacao?**

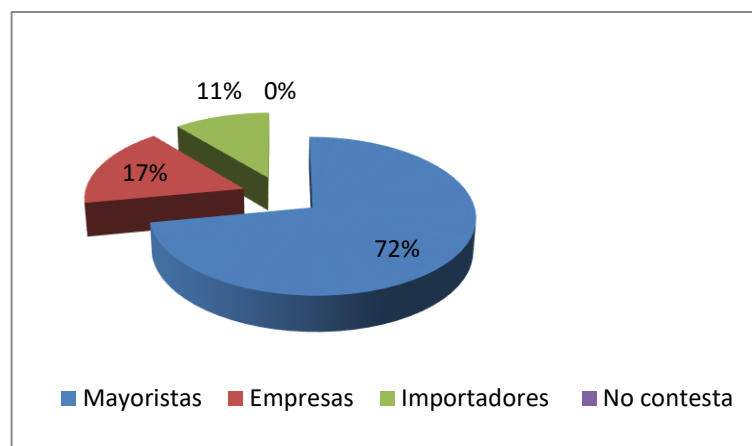
**No.14 TABULACIÓN EXPENDERDORES PREGUNTA 5**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Mayoristas	102	72%
Empresas	24	17%
Importadores	16	11%
No contesta	0	
<b>TOTAL</b>	<b>142</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Locales de expendio de productos de primera necesidad

**Realizado por:** El Autor

**Gráfico N° 16 PREFERENCIAS DE ADQUISICION DE LICOR DE CACAO**



**Análisis:** De los lugares encuestados podemos manifestar que en su mayoría adquieren a mayoristas, un 17% a empresas, y un 11% a importadores que trabajan en el cantón Quevedo.

#### **6. Cuántas veces adquiere el licor de cacao?**

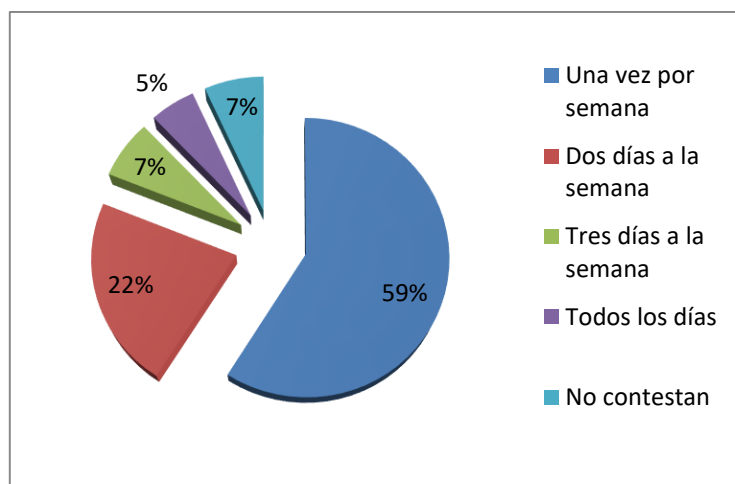
**No.15 TABULACIÓN EXPENDERDORES PREGUNTA 6**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Una vez por semana	84	59%
Dos días a la semana	31	22%
Tres días a la semana	10	7%
Todos los días	7	5%
No contestan	10	7%
<b>TOTAL</b>	<b>142</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Locales de expendio de productos de primera necesidad

**Realizado por:** El Autor

**Gráfico N° 17 CONSUMO DE LICOR DE CACAO**



**Análisis:** De los lugares de expendio encuestados podemos observar que en su mayoría adquieren el producto una vez por semana, un 22% de ellos lo hacen dos días a la semana y un grupo minoritario entre tres o más días a la semana, denotándose la gran demanda de este producto.

- 7. Cree usted que la implementación de una planta procesadora de licor de cacao será de beneficio para el cantón?**

**No.16 TABULACIÓN EXPENDERDORES PREGUNTA 7**

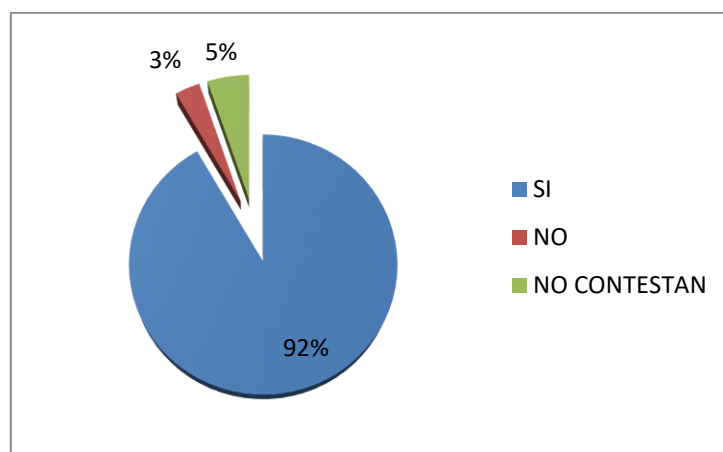
ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
SI	131	92%
NO	4	3%
NO CONTESTAN	7	5%
TOTAL	142	100%

**Fuente:** Locales de expendio de productos de primera necesidad

**Realizado por:** El Autor



**Gráfico N° 18 BENEFICIO DE ACEPTACION DE LA IMPLEMENTACION DE LA PLANTA**



**Análisis:** En consideración a esta pregunta la mayoría de los comercializadores creen que la implementación de una planta procesadora de licor de cacao será de beneficio para el cantón Quevedo.

**8. Le gustaría que se publicite el licor de cacao?**

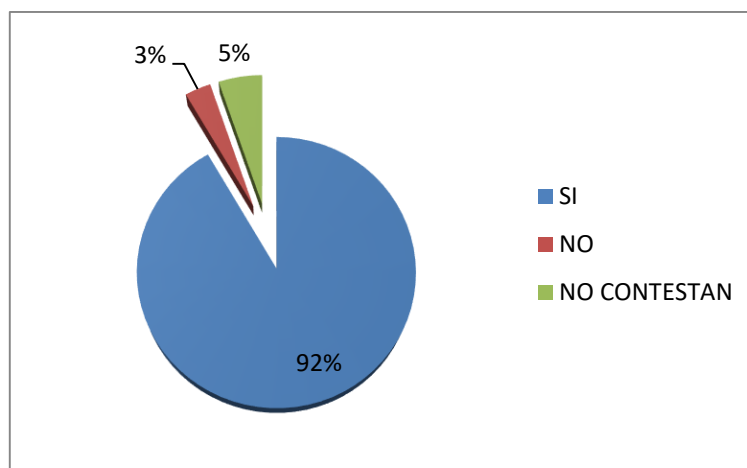
**No.17 TABULACIÓN EXPENDERDORES PREGUNTA 8**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
SI	131	92%
NO	4	3%
NO CONTESTAN	7	5%
TOTAL	142	100%

**Fuente:** Locales de expendio de productos de primera necesidad

**Realizado por:** El Autor

**Gráfico N° 19 ACEPTACION DE PUBLICIDAD DEL LICOR DE CACAO**



**Análisis:** La mayoría de los comercializadores del cantón Quevedo creen que es necesario publicitar el licor de cacao en la localidad, un pequeño grupo considera que no es necesario y poquísimos de los encuestados no contestan esta pregunta.

#### **9. Donde compra usted licor de cacao?**

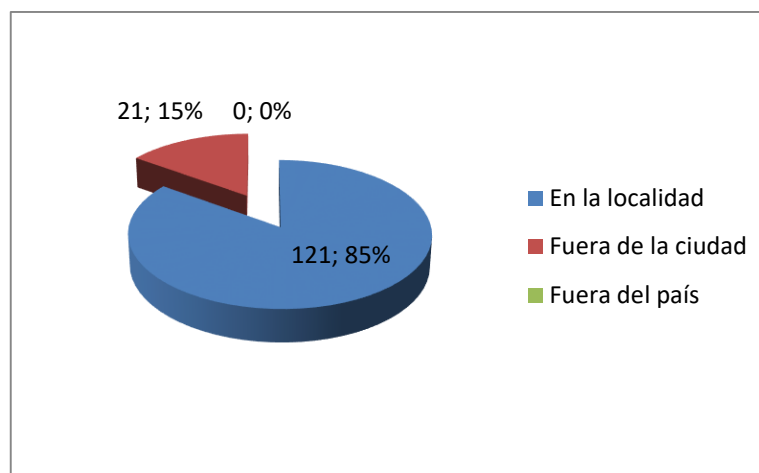
**No.18 TABULACIÓN EXPENDERDORES PREGUNTA 9**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
En la localidad	121	85%
Fuera de la ciudad	21	15%
Fuera del país	0	0%
TOTAL	142	100%

**Fuente:** Locales de expendio de productos de primera necesidad

**Realizado por:** El Autor

**Gráfico N° 20 LUGAR DONDE ADQUIERE LICOR DE CACAO**



**Análisis:** La mayoría de los comercializadores del cantón Quevedo adquieren el producto en la localidad, un grupo pequeño de encuestados lo hace en otras localidades.

## **2.6 HALLAZGOS**

Aplicados los instrumentos de recolección de dato y analizados los resultados se ha procedido a identificar los hallazgos, los mismos que se establecen a continuación:

- La población del cantón Quevedo consume licor de cacao
- La presentación que les gustaría que se comercialice en el mercado es fundas de 500gr.
- A la población le gustaría consumir productos elaborados en su cantón.
- Los lugares donde prefieren comprar los pobladores de Quevedo son las tiendas y mercados.
- La frecuencia de consumo del licor de cacao es de una vez por semana.
- A la población de Quevedo le gustaría que se publicite el licor de cacao en especial por ser un producto que en la localidad se consume mucho.

## 2.7 ANALISIS DE OFERTA Y DEMANDA

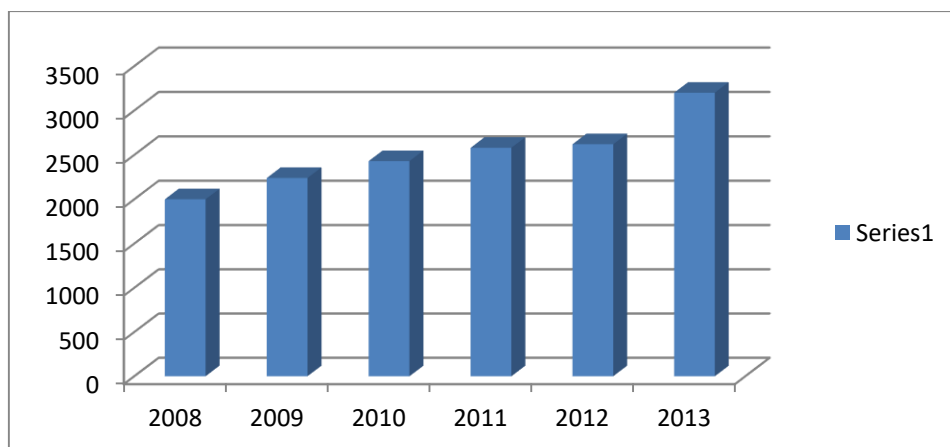
### 2.7.1 Oferta

#### A. Histórica

**No.19 OFERTA HISTÒRICA**

AÑOS	OFERTAQQ
2008	2000
2009	2240
2010	2430
2011	2580
2012	2620
2013	3200

**Gráfico N° 21 OFERTA HISTÒRICA**



**Fuente:**MAGAP (2013)

**Realizado Por:** El Autor

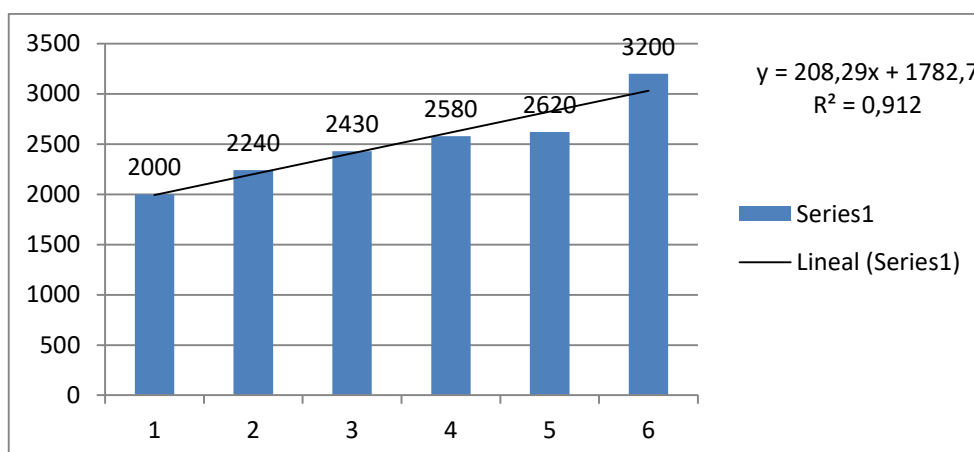
#### B. Actual

La Empresa AGROEXPORTADORA MANOBANDA S.A, está en posición de colocar en el mercado 6 toneladas de licor de cacao mensualmente, es decir 6000 KG al mes, gracias a que en el Cantón se cultiva ampliamente el cacao.

### C. Proyectada

Para proyectar la oferta, se utiliza regresión lineal simple, a través de la herramienta agregar línea de tendencia en la hoja de cálculo Excel.

**Gráfico N° 22 OFERTA PROYECTADA**



**No.20 OFERTA PROYECTADA**

No.	Años	Consumo QQ.
1	2014	3031,20
2	2015	3239,40
3	2016	3447,60
4	2017	3655,80
5	2018	3864,00

**Fuente:** Oferta histórica

**Realizado Por:** El Autor

#### 2.7.2 Demanda

El cálculo de la demanda se la realiza entorno a los hallazgos en la investigación de mercado, la misma que nos presenta que el 34% de la población del cantón Quevedo consume licor de cacao y el 80% de la población está de acuerdo consumir el producto elaborado en la ciudad de Quevedo, el 50% estaría dispuesto a consumir una vez por semana, y el consumo cotidiano es de 500Grs de licor de cacao enfunda. Entorno a

estos hallazgos se procede al cálculo de la demanda del mercado en función a las siguientes consideraciones:

### A. Demanda Histórica

El comportamiento de demanda de licor de cacao en el Cantón Quevedo, desde el año 2008 ha sido el siguiente:

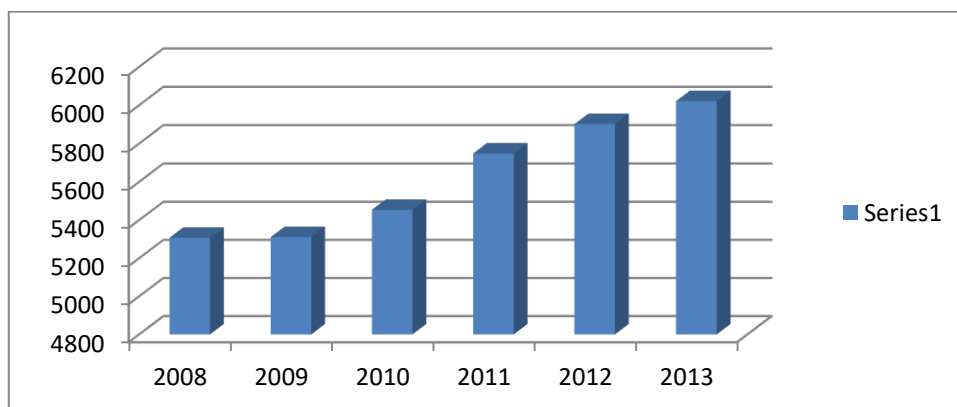
**No.21 DEMANDA HISTÒRICA**

AÑOS	DEMANDA qq
2008	5307,27
2009	5311,13
2010	5453,94
2011	5748,42
2012	5901,56
2013	6021

**Fuente:** MAGAP (2013)

**Realizado Por:** El Auto

**Gráfico N° 23 DEMANDA HISTÒRICA**



**Realizado Por:** El Auto

## B. Demanda actual

Población de la ciudad de Quevedo 173.575 habitantes  
Población que consume licor de cacao 34%  
Total Población consumista= 59016 Habitantes  
Consumo cotidiano de licor de cacao es de 500Grs  
Total consumo en gramos= 29507750 Grs

## C. Demanda proyectada

Para el cálculo de la demanda utilizamos regresión lineal simple a través de la hoja de cálculo Excel.

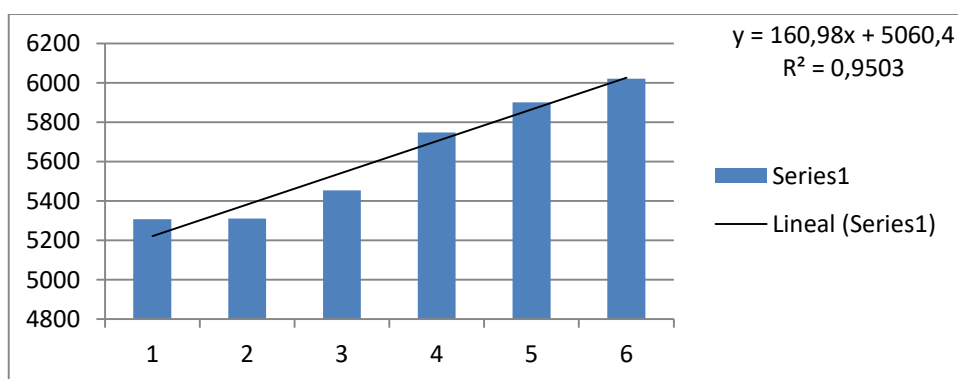
### No.22 DEMANDA PROYECTADA

AÑOS	DEMANDA qq
2014	6025,4
2015	6186,3
2016	6347,2
2017	6508,1
2018	6669,0

**Fuente:** Demanda proyectada

**Realizado por:** El Autor

### Gráfico N° 24 DEMANDA PROYECTADA



**Realizado Por:** El Auto

### 2.7.3 Demanda insatisfecha

Para el cálculo de la demanda insatisfecha se ha procedido a restar la oferta de la demanda actual y proyectada con lo cual se ha obtenido el siguiente resultado:

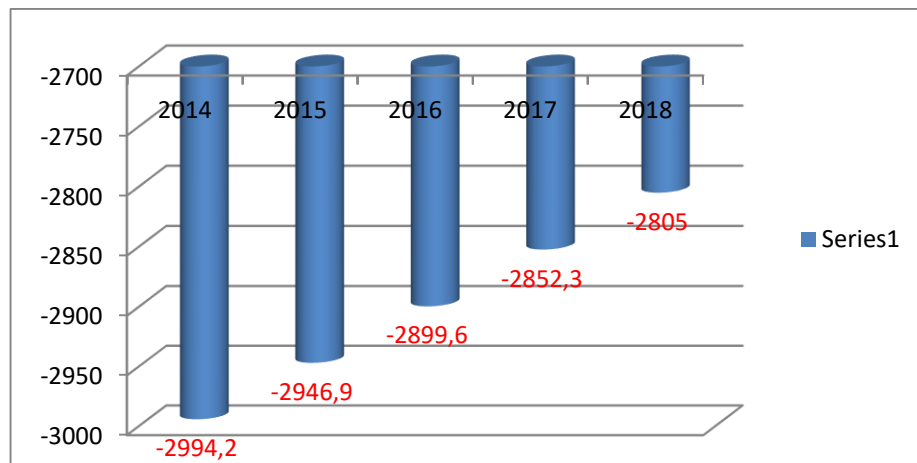
**No.23 DEMANDA INSATISFECHA**

No.	Años	Oferta qq	Demanda qq	Deminst qq
1	2014	3031,20	6025,4	-2994,2
2	2015	3239,40	6186,3	-2946,9
3	2016	3447,60	6347,2	-2899,6
4	2017	3655,80	6508,1	-2852,3
5	2018	3864,00	6669,0	-2805

**Fuente:** Cuadro de oferta y Demanda

**Realizado por:** El Autor

**Gráfico N° 24 DEMANDA INSATISFECHA**



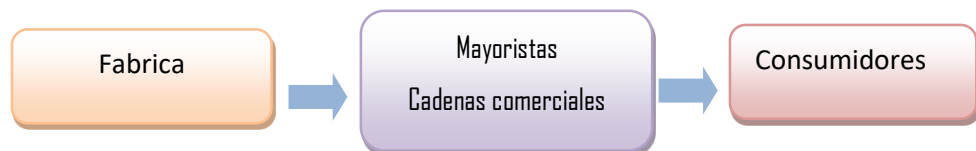
En un análisis sencillo se puede manifestar que la empresa pretende participar en el mercado apenas con el 48,09% de la demanda total.



## 2.8 CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Dentro de la comercialización la mayoría de las empresas productoras acuden a intermediarios para que sus productos sean colocados en el mercado; es decir tratan de forjar un canal de distribución con la participación de una serie de organizaciones involucradas en el logro que el consumidor pueda consumir el producto.

AGROEXPORTADORA MANOBANDA S.A sin alejarse de ello pretende involucrar a las cadenas comerciales que participan en la provincia de los Ríos como, Akí, Ipermarket y tiendas de la localidad, para lo cual se contactará con los administradores del departamento de adquisiciones de cada una de las cadenas, visualizándose la siguiente estructura comercial:



## 2.9 EL MARKETING

### 1.- Creación de la Marca.

Teniendo en cuenta el significado de una Marca, y lo que se hará en la mente de consumidor, se ha creado la siguiente Marca o Identificación de la empresa, la misma que se ha elaborado a base de indagaciones a los propietarios, y todos los colaboradores, un distintivo que harán referencia es este gráfico, su actividad como es la producción de licor de cacao, y la contribución a la nutrición de la población de Quevedo.



## 2.- Publicidad

La publicidad es un mensaje sufragado por un patrocinador identificado y generalmente transmitido por algún medio masivo de comunicación. La publicidad es una comunicación persuasiva. No es neutral; es imparcial; dice: “te voy a vender un producto o una idea”.

Se deben tomar cinco decisiones importantes para preparar un programa de publicidad:

1. **Establecer objetivos de la publicidad:** Los objetivos se pueden clasificar de acuerdo con su propósito, es decir, si pretenden informar, persuadir o recordar. Para promocionar Licor de Cacao se utilizará la publicidad informativa, que se usa mucho para introducir una categoría nueva de productos, el objetivo es crear demanda primaria.
2. **Establecer el presupuesto para la publicidad:** Por lo general, los presupuestos se preparan mediante uno de estos cuatro enfoques: el porcentaje de ventas, el plan de recuperación, el presupuesto competitivo y el método de las tareas. En el caso de AGROEXPORTADORA MANOBANDA S.A, se utilizará el plan de recuperación, que considera la publicidad como una inversión y no un gasto, debido a que uno de los objetivos específicos de este proyecto es realizar una campaña agresiva de comunicación para posicionar el producto. Se reconoce que podría pasar varios años antes que la compañía recupere los costos de su arranque y empiece a obtener utilidades.
3. **Crear el mensaje publicitario:** Un presupuesto grande para publicidad no es garantía de éxito para una campaña publicitaria. La publicidad solo tiene éxito si el mensaje capta la atención y comunica con propiedad. Para la ejecución del mensaje de “AGROEXPORTADORA MANOBANDA S.A” con respecto a su producto licor de cacao, se utilizará evidencia testimonial, este estilo presenta a una fuente muy confiable o querida que recomienda el producto. Se buscará un programa televisivo y un personaje carismático y querido quien recomiende el consumo de licor de cacao y en particular la marca.
4. **Selección de los medios:** Algunos factores influyen en la selección de los medios como:

- El objetivo del anuncio: Se pautará en prensa y radio para obtener una respuesta rápida al mensaje elegido.
- Cobertura de la audiencia: Se pautará en estaciones de radio y periódicos a los que tiene acceso nuestro mercado meta.
- El tiempo y el lugar de decisión de compra. El mensaje será transmitido en programa de radio en horarios en los que se pueda tener más alcance a nuestros consumidores. Y en la prensa local en los suplementos del día domingo.

5. **Evaluación de publicidad:** De acuerdo a la respuesta que den los consumidores al mensaje y a la forma en que ha sido comunicado. Se evaluarán las consecuencias de la comunicación (repercusiones del anuncio en diferentes segmentos del mercado y comparar con la competencia) y las consecuencias en las ventas (qué cantidad de ventas produce un anuncio que aumenta la conciencia y preferencia por la marca).

### 3.- Merchandising

Es el conjunto de técnicas encaminadas a poner los productos a disposición del consumidor, obteniendo una rentabilidad de la inversión hecha en el establecimiento”<sup>1</sup>

Al utilizar el merchandising en los puntos de venta, se espera sustituir la presentación pasiva del producto por una presentación activa apelando a todo lo que se puede ser más atractivo en cuanto a lo natural y saludable. Toda la técnica de merchandising estará basada en información nutricional del producto.

Con el lanzamiento del producto, se utilizará esta técnica en Akí, e hipermarket, se contratarán 2 impulsadoras (por dos días), quienes serán capacitadas acerca de las bondades del producto e invitarán a los consumidores a degustar licor de cacao preparados por AGROEXPORTADORA MANOBANDA S.A.

#### **4.- Relaciones Públicas**

Actualmente, los comercializadores de alimentos consideran que el camino al estómago del consumidor podría ser la recomendación de un médico. El consumidor contemporáneo, más consciente de la nutrición, muchas veces busca los consejos de médicos y profesionales de la salud, para saber qué productos le convienen. Como ejemplo podemos mencionar el comercial de Avena Quaker donde aparecía el Dr. Eduardo Manrique (+) recomendando esta bebida para una buena salud. Tomando en cuenta esto, se buscará promover “AGROEXPORTADORA MANOBANDA S.A” y su producto licor de cacao en programas gratuitos de asistencia social, en las clínicas de la ciudad.

#### **5.- Promoción de Ventas**

La promoción de ventas ofrece al cliente un incentivo extra para que efectúe su compra de inmediato, la cual actúa como un impulso a corto plazo para las ventas. Por lanzamiento del producto, se obsequiará caramelitos de panela por la compra de una funda de 250 gramos de Licor de Cacao. Posteriormente, se llevarán a cabo otras promociones, como descuentos en precios, concursos, entre otros.

### **2.10 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO**

Concluida la investigación de mercado, se establecen las siguientes conclusiones:

- Es viable que la Empresa AGROEXPORTADORA MANOBANDA S.A vaya en busca de crear la empresa productora de licor de cacao en el cantón Quevedo, gracias a la aceptación y consumo de este producto en la población.
- Se puede continuar con los demás estudios de proyectos bajo la base firme de que las inversiones se esperan que se recuperen y la actividad deje los rendimientos necesarios para los inversionistas gracias a la demanda insatisfecha existente en el mercado y la oportunidad de comercializar el producto a nivel nacional e internacional.

## **CAPÍTULO III**

### **3.1 ESTUDIO TÉCNICO**

El Estudio Técnico se ocupa de determinar aspectos como: tamaño, proceso, localización, tipo y dimensiones de las obras físicas. De igual forma analiza necesidades y disponibilidad de bienes y servicios para la ejecución de un proyecto y su ubicación, organización para la producción, programa de realización del proyecto. Así mismo, deberá prever las posibles mejoras que puedan implementarse en virtud al avance técnico actual y esperado al futuro.

#### **3.1.1 Tamaño del Proyecto**

Germán Arboleda Vélez, en su obra Formulación, Evaluación, Control de Proyectos define al Tamaño “Como la capacidad de producción, durante un período de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. Por lo tanto, si se dice que el tamaño de una fábrica de calzado es de 80 mil pares de zapatos al año, se debe especificar el número de días al año y el número de horas al día en que se proyecta hacer trabajar la fábrica para lograr esta capacidad de producción. Es decir, el tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto”.

El tamaño del proyecto está en función de factores tales como la demanda, los suministros e insumos, la tecnología y los equipos, capacidad financiera y la organización.

## **A.) LA DEMANDA**

La EMPRESA AGROEXPORTADORA MANOBANDA S.A. está dispuesta a participar en el mercado de producción y comercialización de licor de cacao con el 48,09% de la demanda insatisfecha total.

Siendo la demanda insatisfecha total de 59016 habitantes, el 48,09% de la población a la que se dirige la empresa es de 28380 habitantes de la ciudad de Quevedo.

## **B.) LOS SUMINISTROS E INSUMOS**

La existencia de materias primas en volúmenes suficientes en sus alrededores es vital para el proyecto. Si existen materias primas a distancias considerables esto será un limitante para el proyecto e incidirá en los costos del mismo.

### **Contextualización del cacao en Ecuador**

Ecuador cuenta con diversas zonas con las condiciones suficientes para producir cacao de excelente calidad, el cual es reconocido por su agradable aroma y sus demás características las cuales lo hacen especial.

La producción cacaotera se origina en la parte húmeda de la costa ecuatoriana, en las provincias de Los Ríos, El Oro y Guayas, en especial en la cuenca del río Guayas, zona a la cual se le denominó zona “Arriba”, de dónde provenía el mejor cacao. En la actualidad el cultivo ocupa una superficie de aproximadamente 263.000 has distribuidas en las provincias de la Costa, Sierra y parte del Oriente. Las provincias que tienen mayor extensión en los cultivos son la provincia de Los Ríos con un 35% del total sembrado, Guayas con el 25 %, Manabí el 14%, esmeraldas el 8% y El Oro el 5%. Entre

las provincias de Pichincha, Cotopaxi, Bolívar, Chimborazo, Cañar, Azuay y el Oriente se reparten el 13%. Por lo tanto, resulta factible la implementación del proyecto en la ciudad de Quevedo perteneciente a la provincia de los Ríos que ocupa el mayor porcentaje de participación en la producción de cacao.

### **C.) LA TECNOLOGÍA Y LOS EQUIPOS**

Para hablar de la tecnología y equipos a utilizarse es necesario adentrarnos en los procesos que conlleva la elaboración del licor de cacao.

#### **No.25 REQUERIMIENTO DE TECNOLOGÍA**

<b>REQUERIMIENTO DE TECNOLOGÍA Y EQUIPOS</b>
Clasificadora y limpiadora
Tostadora
Descascarilladora
Molino de bolas
Refinadora
Empaque de la pasta masa o licor de cacao

**Fuente:** EMPRESA AGROEXPORTADORA MANOBANDA S.A

**Realizado por:** El autor

### **D.) FINANCIAMIENTO**

La Empresa cuenta con el espacio físico y con los recursos necesarios para la inversión inicial para la implementación de la planta procesadora de licor de cacao.

## E.) ORGANIZACIÓN

Al ser una empresa industrial se tiene la siguiente organización:

**No.24 ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA**

Departamento	Cargo
Administrativo	1 gerente
Financiero	1 contador
Ventas y Comercialización	1 vendedor
Producción	7 empleados

**Fuente:** EMPRESA AGROEXPORTADORA MANOBANDA S.A

## 3.2 LOCALIZACIÓN

### 3.2.1 Macro-localización

**Gráfico N° 25 MACRO – LOCALIZACIÓN LOS RIOS**



**Gráfico N° 26 MICRO-LOCALIZACIÓN EMPRESA**





### **3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO**

#### **3.3.1 Proceso productivo del licor de cacao**

Las bolsas con el cacao son almacenadas en depósitos con humedad y temperatura controladas. El cacao es sometido a un proceso de limpieza donde se procura extraer elementos extraños como piedras, trozos de madera, metales, etc., que pudieran haber venido desde origen. Una vez limpio el cacao es tostado bajo controles estrictos de tiempo y temperatura. Este es otro de los procesos de máxima importancia que define el gusto y aroma que posteriormente resaltará en el chocolate. El cacao tostado luego es descascarillado, donde se quita la "cascarilla" que lo recubre, elemento no deseado en la fabricación de chocolate. Como resultado, el interior del grano ya partido o "nib de cacao", como comúnmente se lo llama en la industria, continua el proceso de fabricación.

Los nibs de cacao son sometidos a un proceso de molienda. La temperatura en el molino ayuda a que se desprenda el alto contenido de grasa presente en los nibs, haciendo que los fragmentos de cacao sólido se conviertan en una pasta conocida como "pasta, masa o licor de cacao".

#### **Flujo de producción**

El flujo de producción se lo realiza en base al tiempo y a los días laborables, tratando de cubrir la demanda insatisfecha. Se trabajara en el año 240 días a esto le multiplico por lo que se pretende producir diariamente y se obtendrá el total anual, a este total le dividido para (240) diario, (48) semanal, (24) quincenal, (12) mensual, (2) semestral y obtengo la producción para el año 2014.

**Cuadro: Flujo de producción.**

<b>Años</b>	<b>Diario qq</b>	<b>Semanal</b>	<b>Quincenalqq</b>	<b>Mensualqq</b>	<b>Semestralqq</b>	<b>Anualqq</b>
2014	6	30	60	120	720	1440
2015	6	30	60	120	720	1440
2016	6	30	60	120	720	1440
2017	6	30	60	120	720	1440
2018	6	30	60	120	720	1440

Elaboración: Autor

**3.3.2 Cuantificación de variables para la producción****No.25 CUANTIFICACIÓN DE VARIABLES**

<b>MANO DE OBRA</b>	
<b>Con un turno de trabajo diario</b>	
<b>CANTIDAD</b>	<b>PUESTO</b>
<b>1</b>	Recepción del grano
<b>1</b>	Limpieza y clasificación del cacao
<b>1</b>	Tostado del cacao
<b>1</b>	Descascarillado del cacao
<b>1</b>	Molienda del cacao
<b>1</b>	Refinamiento
<b>1</b>	Empaque del producto en presentación de 500grs.
<b>7</b>	<b>TOTAL MANO DE OBRA</b>

**No.26 CUANTIFICACION DE MATERIA PRIMA**

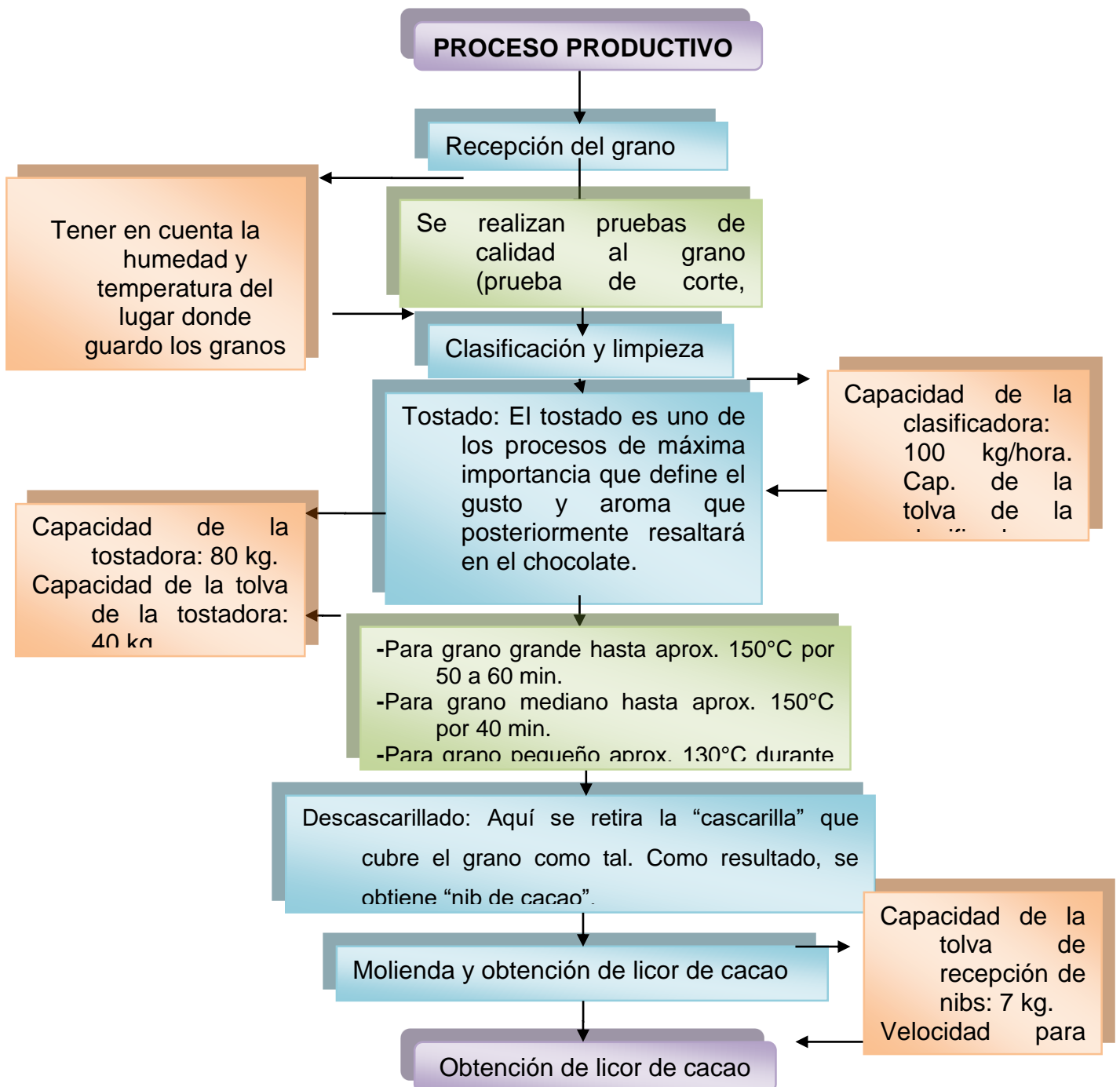
<b>MATERIA PRIMA</b>		
<b>Con un turno de trabajo diario</b>		
<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>LUGAR DE PROCEDENCIA</b>
<b>120</b>	qq de cacao al mes	Quevedo y demás cantones de la provincia de los Ríos
<b>1440</b>	qq de cacao al año	

## No.27 CUANTIFICACIÓN OTROS MATERIALES

OTROS MATERIALES
Electricidad
Agua
Combustible

### 3.3.3 Proceso Productivo

#### Flujo grama



### 3.4 MAQUINARIA Y EQUIPO

Con una capacidad de producción de 120 quintales al mes se tiene:

**No.28 MAQUINARIA Y EQUIPO**

MAQUINARIA	CAP.	GAR.	EMPRESA SIRC A en \$	EMPRESA Y en \$	EMPRESA Z en \$
<b>Limpiadora y clasificadora</b>	10 qq/h	1 año	2500 con garantía de 1 año	3000	2800
<b>Tostadora</b>	15 qq/h	1 año	3500	3600	3800
<b>Descascarilladora</b>	10 qq/h	1 año	2350	2400	2100
<b>Moladora</b>	5 qq/h	1 año	2500	2600	3500
<b>Refinadora</b>	4 qq/h	1 año	3000	2900	3000
<b>TOTAL</b>			<b>13850</b>	<b>14500</b>	<b>15200</b>

Una vez investigado los precios de las maquinarias que se necesitan para la elaboración del licor de cacao, se puede deducir que a la EMPRESA AGROEXPORTADORA MANOBANDA S.A., le conviene escoger como proveedor para adquirir la maquinaria en la empresa SIRCA debido a su costo más bajo.

Además, la empresa labora de lunes a viernes con una jornada de 8 horas diarias y un solo turno de trabajo, produce 120 quintales al mes, 30 a la semana y 6 al día.

De acuerdo a la capacidad de producción, la maquinaria adquirida no se aprovecha en su totalidad, sin embargo la empresa tiene un futuro plan de expansión de la empresa, entonces ahí se podrá aprovechar en su totalidad la capacidad de la maquinaria.

En el primer año del proyecto no se generará costos por mantenimiento debido a la garantía que ofrece la empresa. La maquinaria es de producción nacional.

### 3.5 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

El espacio físico necesario para la distribución de la planta es de 800 metros cuadrados.

**Gráfico N° 27 ESPACIO FÍSICO DE LA FÁBRICA**



### 3.6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

#### AGROEXPORTADORA MANOBANDA S.A. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



**Fuente:** EMPRESA AGROEXPORTADORA MANOBANDA S.A  
**Realizado por:** El Autor

## **CAPÍTULO IV**

### **4.1 ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO**

Comprende el análisis del proyecto en lo que se refiere a sustentabilidad financiera. Como sustentabilidad debe entenderse a la capacidad que tiene un proyecto de generar liquidez y retorno bajo un nivel de riesgo aceptable. El concepto liquidez envuelve la disponibilidad de efectivo para cubrir los egresos operacionales y no operacionales. El retorno va más allá que la rentabilidad y comprenden los excedentes resultado de la operación de la compañía, en términos de valor actual.

El riesgo representa la volatilidad que tienen los resultados del proyecto, bajo un análisis de probabilidades de que ocurra un evento en que el retorno del proyecto sea negativo.

El análisis financiero de un proyecto (estructuración y evaluación) tiene dos matices:

Proyectos nuevos; la decisión únicamente es función de proyecciones financieras.

Proyectos en operación (ampliación, reingeniería, nuevos procesos productivos) ello representa tomar una decisión basada en el análisis de estados financieros históricos y su “fusión” con las proyecciones.

En este estudio se pretende determinar el monto de los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto, el costo total de operación de la planta que abarca los costos de producción, gastos administración y ventas, así como una serie de indicadores que servirán como base para la siguiente fase que es la evaluación.

#### **4.1.1 Costos de producción del proyecto**

No existe una definición concertada sobre la definición del término costo, pero se puede afirmar que no es sinónimo de gastos, ni tampoco de egresos, que son términos conceptualmente diferentes. No obstante la dificultad, nos atrevemos a afirmar que costos son los valores, reales o contables, que debe incurrir el proyecto para ejecutar el proceso productivo. El término real hace referencia a salida de efectivo (desembolsos), por lo que su aplicación afectará al estado de pérdidas y ganancias y flujo de caja; por otro lado, costos contables son aquellos que no implican desembolso, son afectaciones al estado de pérdidas y ganancias por el uso físico, en el caso de activos fijos o del derecho de uso, para los activos diferidos.

Aquí se incluyen tanto los costos directos e indirectos.



**No.29COSTOS DIRECTOS**

<b>FABRICA DE LICOR DE CACAO</b>										
<b>COSTO DE PRODUCCION MENSUAL Y ANUAL</b>										
<b>COSTO DIRECTO</b>										
<b>MATERIALES DIRECTOS</b>	<b>UNIDAD MED.</b>				<b>CANTIDAD DIARIA</b>	<b>CANTIDAD MENSUAL</b>	<b>CANT. ANUAL</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
<b>Cacao</b>	<b>qq</b>				<b>6</b>	<b>120</b>	<b>1.440</b>	<b>80</b>	<b>9.600</b>	<b>115.200</b>
								<b>TOTALES</b>	<b>9.600</b>	<b>115.200</b>
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>	<b>CANT .</b>	<b>SUELDO MENSUAL</b>	<b>TOTAL</b>	<b>12,15 % IESS</b>	<b>DECIMO TERCER SUELDO</b>	<b>DECIMO CUARTO SUELDO</b>	<b>VAC.</b>	<b>INDEMNIZ</b>	<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
Ingeniero en Alimentos	<b>1</b>	400,00	400,00	48,60	33,33	24,33	16,67	33,33	556,27	6675,20
Operadores	<b>5</b>	340,00	1700,00	206,55	141,67	121,67	70,83	141,67	2382,38	28588,60
								<b>TOTALES</b>	<b>2.938,65</b>	<b>35.263,80</b>
<b>TOTAL COSTOS DIRECTOS</b>									<b>12.538,65</b>	<b>150.463,80</b>

**No.30COSTOS INDIRECTOS**

<b>COSTO INDIRECTO</b>										
<b>MATERIALES INDIRECTOS</b>				<b>UNIDAD MED.</b>	<b>C. D</b>	<b>C. M</b>	<b>C. A</b>	<b>V. U</b>	<b>V. M</b>	<b>V. A</b>
Fundas Plásticas				u	1.600	32000	384000	0,15	4800,00	57.600,00
Cartones				u	64	1280	15360	0,30	384,00	4.608,00
Embalajes				u	28	560	6720	0,20	112,00	1.344,00
Etiqueta				u	64	1280	15360	0,02	25,60	307,20
								<b>TOTAL</b>	<b>5.322</b>	<b>63.859</b>
<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>	<b>C.</b>	<b>SUELDO MENS.</b>	<b>TOTAL</b>	<b>12, 15% IESS</b>	<b>XIII SUELDO</b>	<b>XIV SUELDA</b>	<b>VACAC</b>	<b>INDEMN</b>	<b>T MENS</b>	<b>T. A.</b>
Bodeguero	1	359,23	359,23	43,65	29,94	24,33	14,97	29,94	502,05	6024,57
Peón	1	320,00	320,00	38,88	26,67	24,33	13,33	26,67	449,88	5398,56
								<b>TOTALES</b>	<b>951,93</b>	<b>11.423,13</b>
<b>SUMINISTROS Y MATERIALES</b>									100	1.200,00
<b>SERVICIOS GENERALES</b>									100	1.200,00
DEPRECIACIONES									91,80	1.101,60
AMORTIZACION									23,33	280,00
								<b>TOTALES</b>	<b>315,133333</b>	<b>3.781,60</b>
<b>TOTAL COSTOS INDIRECTOS</b>									<b>6.588,66</b>	<b>79.063,93</b>

## **4.2 COSTO TOTAL**

Tanto los costos como los gastos son considerados fungibles, ya han formado parte del proceso de producción o han apoyado el mismo.

Por lo tanto los costos totales incluye: costos directos e indirectos, remuneraciones al personal administrativo y de ventas, gastos financieros, gastos de oficina, depreciaciones de activos fijos de administración y ventas.

**No.31 HOJA DE COSTOS Y GASTOS**

HOJA DE COSTOS Y GASTOS PRODUCCION					
PRODUCTO: LICOR DE CACAO		UNIDADES PRODUCIDAS: 120 qq			
COSTOS DE PRODUCCIÓN (PLANTA)					
DETALLE	HORAS	CANTIDAD	UND MED	V/ UNIT	V. M
COSTO DIRECTO					12.193,80
MATERIA PRIMA DIRECTA					9.600,00
CACAO		120,00	Qq	80,00	9.600,00
MANO DE OBRA DIRECTA					2.593,80
Ingeniero de Alimentos	160	1,00	Trabajador	2,65	423,81
Trabajadores	160	7,00	Trabajador	1,94	2.169,99
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION					4.112,83
MATERIA PRIMA INDIRECTA					2.188,80
Fundas Plásticas etiquetadas		12.000,00	U	0,15	1.800,00
Cartones		1.200,00	U	0,30	360,00
Embalaje		24,00	U	0,20	4,80
Etiquetado		1.200,00	U	0,02	24,00
MANO DE OBRA INDIRECTA					679,23
Bodeguero	160	1,00	Empleado	2,25	359,23
Peón	160	1,00	Empleado	2,00	320,00
SUMINISTROS Y MATERIALES					1.244,80
Insumos de oficina producción	160			0,32	51,20
Insumos de seguridad industrial	160			7,15	1.144,00
Insumos de limpieza	160			0,31	49,60

<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN</b>					<b>16.306,63</b>
<b>COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN</b>					<b>135,89</b>
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>HORAS</b>	<b>V/HORA</b>		<b>V/PARCIAL</b>	<b>1.659,20</b>
<b><u>Gastos de Administración</u></b>					<b>1.150,40</b>
Gerente	160	4,69		750,40	
Secretaria - Contadora	160	2,50		400,00	
<b>Suministros y Materiales</b>					<b>108,80</b>
Material para oficina	160	0,5		80,00	
Impresos	160	0,09		14,40	
Útiles de aseo y limpieza	160	0,09		14,40	
<b>Gastos de Ventas</b>					<b>400,00</b>
Vendedor	160	2,50	Empleado	400,00	
<b>Gastos Financieros</b>					<b>1.279,77</b>
Interese Bancarios	160	8,00		1.279,77	
<b>TOTAL COSTO DE VENTA</b>					<b>17.965,83</b>
<b>COSTO UNITARIO DE VENTA</b>					<b>149,72</b>
15%					22,46
<b>PRECIO DE VENTA DE UN qq</b>					<b>172,17</b>

### **4.3 INVERSIONES**

La información necesaria para estructurar el plan de inversiones se obtiene de los requerimientos en el capítulo de ingeniería.

#### **4.3.1 Inversiones Fijas**

En la estimación del monto de la inversión Fija se debe sumar los rubros terrenos, obras civiles, vehículos, maquinaria, equipos y herramientas.

#### **4.3.2 Determinación de la Inversión Diferida**

Para la estimación del monto de la inversión diferida o intangible se debe sumar los rubros invertidos en los estudios, patentes, marcas, etc.

#### **4.3.3 El Capital de Trabajo**

El Capital Neto de Trabajo se define como la diferencia entre los activos circulantes y los pasivos a corto plazo, con que cuenta la empresa. Si los activos exceden a los pasivos se dice que la empresa tiene un capital neto de trabajo positivo. Por lo general cuanto mayor sea el margen por el que los activos circulantes puedan cubrir las obligaciones a corto plazo (pasivos a corto plazo) de la compañía, tanto mayor será la capacidad de esta para pagar sus deudas a medida que vencen.

Tal relación resulta del hecho de que el activo circulante es una fuente u origen de flujos de efectivo, en tanto que el pasivo a corto plazo es una fuente de desembolsos de efectivo.

### No.32 CAPITAL DE TRABAJO

DETALLE	SUBPARCIAL	PARCIAL	TOTAL
<b>COSTOS DE PRODUCCION</b>			<b>19.127,31</b>
Materia Prima Directa	9.600,00		
Mano de Obra Directa	2.938,65		
Costos Indirectos de Fabricación	6.588,66		
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>			<b>1.742,64</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		<b>1.742,64</b>	
Personal	1.582,64		
Suministros y Materiales	80,00		
Servicios	80,00		
<b>GASTOS DE VENTA</b>		<b>818,60</b>	<b>818,60</b>
Personal	558,60		
Suministros y Materiales	180,00		
Servicios	80,00		
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO PARA UN MESES</b>			<b>21.688,55</b>

Lo que significa que la inversión en el Capital de Trabajo es de 21.688,55 dólares.

### No.33 INVERSIÓN TOTAL

1. GASTOS DE PREINVERSIÓN				
ITEM	DETALLE		PARCIAL	TOTAL
1.1	<b>GASTOS DE PLANTA DE PRODUCCIÓN</b>			1400,00
1.1.1	Investigación en producción		800,00	
1.1.2	Capacitación al personal de planta		600,00	
1.2	<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>			10441,87
1.2.1	Constitución de la empresa		400,00	
1.2.2	Unidad ejecutora del proyecto		10041,87	
1.2.2.1	Personal	7388,97		
1.2.2.2	Suministros y materiales	240,00		
1.2.2.3	Servicios	1500,00		
1.2.2.4	Escalamiento y contingentes 10%	912,90		

1.2.3	Capacitación al personal administrativo		300,00	
1.3	<b>GASTOS DE VENTAS</b>			2100,00
1.3.1	Investigación de mercado		900,00	
1.3.2	Personal		1200,00	
<b>TOTAL GASTOS</b>				<b>\$ 13.941,87</b>

**Hecho por:** El autor

### No.34 INVERSION PLANTA

<b>INVERSIÓN</b>					
<b>PLANTA</b>					
<b>ITEM</b>	<b>DETALLE</b>	<b>AÑO</b>	<b>CANT.</b>	<b>V/U</b>	<b>V/COMPRA</b>
2.1.1	Tostadora	2013	1	3500,00	3500,00
2.1.2	Descascarilladora	2013	1	2350,00	2350,00
2.1.3	Moledora	2013	1	2500,00	2500,00
2.1.4	Refinadora	2013	1	3000,00	3000,00
2.1.5	Balanza Eléctrica	2013	1	250,00	250,00
2.1.6	Refresquera/Expendedora	2013	2	120,00	240,00
2.1.7	Tanques de gas Industrial	2013	1	400,00	400,00
<b>TOTAL PLANTA</b>					<b>12240</b>
<b>ADMINISTRATIVO</b>					
<b>ITEM</b>	<b>DETALLE</b>	<b>AÑO</b>	<b>CANT.</b>	<b>V/U</b>	<b>V/COMPRA</b>
2.2.1	Infraestructura ( Planta)	2013	1		<b>17000,00</b>
2.2.2	Escritorios	2013	2	50,00	<b>100,00</b>
2.2.3	Sillas	2013	4	15,00	<b>60,00</b>
2.2.4	Archivador	2013	1	35,00	<b>35,00</b>
2.2.5	Teléfono	2013	1	7,00	<b>7,00</b>
2.2.6	Computadora - impresora	2013	1	1500,00	<b>1500,00</b>
<b>TOTAL ADMINISTRACIÓN</b>					<b>18702,00</b>
<b>2.3 VENTAS</b>					
<b>ITEM</b>	<b>DETALLE</b>	<b>AÑO</b>	<b>CANT.</b>	<b>V/U</b>	<b>V/COMPRA</b>
	Vehículo	2013	1	28000	<b>28000</b>
	Escritorio	2013	1	50,00	<b>50</b>
	Sillas	2013	2	15,00	<b>30</b>
	Teléfono	2013	1	17,00	<b>17</b>
<b>2.3.1</b>	Computador	2013	1	950,00	<b>950</b>
<b>TOTAL VENTAS</b>					<b>29047</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>					<b>59989,00</b>



## 4.4 DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES

### 4.4.1 DEPRECIACIONES

La depreciación es la pérdida de valor de los activos fijos como consecuencia del uso en el proceso productivo.

#### No.35 DEPRECIACIONES

DETALLE	AÑO	PRECIO	V/ S	V/ D	D/A	D/M	D/H
Tostadora	10	3500,00	350,00	3150,00	315,00	26,25	0,17
Descascarilladora	10	2350,00	235,00	2115,00	211,50	17,63	0,11
Moledora	10	2500,00	250,00	2250,00	225,00	18,75	0,12
Refinadora	10	3000,00	300,00	2700,00	270,00	22,50	0,14
Balanza Eléctrica	10	250,00	25,00	225,00	22,50	1,88	0,01
Refresquera/Expendedora	10	240,00	24,00	216,00	21,60	1,80	0,01
Tanque Industrial	10	400,00	40,00	360,00	36,00	3,00	0,02
		12240,00		1101,60	91,80	0,59	

#### No.36 DEPRECIACIONES MOVILIARIO

DEPRECIACIÓN MOVILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA COMERCIALIZACION Y VENTAS									
ITEM	DETALLE	AÑO	CANT.	V/U	V/ SALVAMENTO	V/ DEP	DEP.ANUAL	DEP. MEN	DEP. HORA
1	Vehículo	5	1	28000,00	2800	25200	5040	420	2,6923
6	Computador-impresora	3	1	950,00	95	855	285	23,75	0,1522
<b>TOTAL VENTAS</b>				<b>28950,00</b>			<b>5325</b>	<b>443,8</b>	<b>2,8446</b>

#### 4.4.2 AMORTIZACIONES

Las amortizaciones se aplica a los activos diferidos como seguros, gastos constitución, estudios, entre otros.

#### No.37 AMORTIZACIÓN GASTOS

AMORTIZACIÓN GASTOS DE PREINVERSIÓN				
DETALLE	TOTAL	ANUAL	MENSUAL	HORA
Gastos de Planta de Producción	1400,00	280,00	23,33	0,01
Gastos Administrativos	10441,87	2088,37	174,03	0,09
Gastos de Ventas	2100,00	420,00	35	0,02
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>\$ 13.941,87</b>	<b>\$ 2.788,37</b>	<b>\$ 232,36</b>	<b>\$ 0,12</b>

#### 4.5 FINANCIAMIENTO

La otra cara de la moneda del Plan de Inversiones es el Financiamiento, comprendido como la disponibilidad de recursos para ejecutar las inversiones.

##### 4.5.1 Fuentes de Financiamiento

Los proyectos pueden tener varias alternativas de financiamiento entre ellas tenemos:

##### Fuentes propias:

Constituye el aporte de los socios en calidad de patrimonio, no existe la obligación de restituir los recursos a los inversionistas, su remuneración es a través de los dividendos por acción.

### **Fuentes externas:**

Representan los recursos comprometidos en calidad de pasivos, por terceros agentes ajenos a los inversionistas del proyecto, existe el compromiso contractual de restituir los fondos en condiciones previamente establecidas.

- Venta de acciones
- Financiamiento a corto plazo: servicios de bancos y corporaciones, titularización de activos, anticipos sobre contratos.
- Financiamiento a mediano plazo: créditos de fomento, leasing, factoring, crédito internacional, proveedores.
- Financiamiento a largo plazo: créditos de largo plazo.

#### **4.5.2 Estructura del Financiamiento**

Para la instalación de la planta procesadora de licor de cacao se dispone, AGROEXPORTADORA MANOBANDA S.A., dispone de recursos propios y tiene la necesidad de obtener parte de la inversión total de fuentes externas para ello considera solicitar un préstamo bancario a largo plazo. La distribución de las fuentes de financiamiento se presenta en la siguiente tabla:

**No.38 FINANCIAMIENTO**

<b>FUENTE</b>	<b>Inversión Fija</b>		<b>Inversión Intangible</b>		<b>Capital de Trabajo</b>		<b>TOTAL</b>	<b>%</b>
	<b>Inversión</b>	<b>%</b>	<b>Inversión</b>	<b>%</b>	<b>Inversión</b>	<b>%</b>		
Aporte propio	35993,4	60%	13941,87	100%	20567,78	100%	71623,82	75%
Préstamo	23995,6	40%					23995,60	25%
<b>TOTAL</b>	<b>59989</b>	<b>100%</b>	<b>13941,87</b>	<b>100%</b>	<b>20567,78</b>	<b>100%</b>	<b>95619,42</b>	<b>100,00 %</b>

Con lo que se puede interpretar que la EMPRESA AGROEXPORTADORA MANOBANDA S.A., dispone del 74,61% del total de la Inversión. Por otro lado, el porcentaje restante se lo obtendrá mediante un préstamo bancario.

## **CUADRO DE REEMBOLSO DE LA DEUDA**

Es la forma en que se va a cancelar la deuda. Toda obligación contraída con terceros, como el caso de la empresa objeto de estudio recurrió a la banca para poder abastecerse de los recursos necesarios para la ejecución del proyecto genera intereses sobre el 12%, los mismos que se deben cancelar de acuerdo a las condiciones previamente establecidas en el tiempo 3 años. Por lo que se hace necesario realizar la respectiva tabla de amortización, para ello se procede a calcular la Cuota Fija del monto solicitado en el préstamo que es de \$ 23995,60.

La fórmula para calcular la Cuota Fija es la siguiente:

$$CF = Dx \frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$$
$$CF = 23995,60 \frac{0,12(1+0,12)^3}{(1+0,12)^3 - 1}$$
$$CF = 23995,60 \frac{0,1686}{0,4049}$$
$$CF = 9990,54$$

Una vez calculada la Cuota Fija del Capital, se procede a realizar la tabla de amortización de la deuda contraída para el período de tres años.

#### No.39 AMORTIZACION DE LA DEUDA

Período	Deuda	Intereses	Amortización	Cuota fija
0	23995,60			
1	16884,53	2879,47	7111,07	9990,54
2	8920,13	2026,14	7964,40	9990,54
3	0,00	1070,42	8920,13	9990,54
<b>TOTAL</b>		<b>5976,03</b>	<b>23995,60</b>	<b>29971,63</b>

#### 4.6 ESTRUCTURA DE COSTOS

En proyectos es conveniente clasificar a los costos en Fijos y Variables, partiendo de los cuadros generales de costos.

## No.40 COSTO DE PRODUCCIÓN

### FÁBRICA DE LICOR DE CACAO

#### COSTO DE PRODUCCIÓN MENSUAL Y ANUAL

#### COSTO DIRECTO

MATERIALES DIRECTOS				UNIDAD MED.	CANTIDAD DIARIA	CANTIDAD MENSUAL	CANT. ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Cacao				qq	6	120	1.440	80	9.600	115.200
								TOTALES	9.600	115.200
MANO DE OBRA DIRECTA	CANT.	SUELDO MENSUAL	TOTAL	12,15% IESS	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	VAC.	INDEMNIZ	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Ingeniero en Alimentos	1	400,00	400,00	48,60	33,33	24,33	16,67	33,33	556,27	6675,20
Operadores	5	292,00	1460,00	177,39	121,67	121,67	60,83	121,67	2063,22	24758,68
								TOTALES	2.619,49	31.433,88
TOTAL COSTOS DIRECTOS									12.219,49	146.633,88

### No.41 GASTOS ADMINISTRATIVOS

FÁBRICA DE LICOR DE CACAO									
GASTOS ADMINISTRATIVOS ANUAL Y MENSUAL									
REMUNERACION		SUELDOS	BENEFICIOS SOCIALES					TOTAL	ANUAL
	CANT.	MENSUALES	12,15% IESS	XIII Sueldo	XIV Sueldo	Vacaciones	Indemniza.	MENSUAL	
Gerente	1	750	91,13	62,50	26,67	31,25	62,50	1024,04	12288,5
Secretaria - Contadora	1	400	48,60	33,33	26,67	16,67	33,33	558,60	6703,2
							<b>TOTAL</b>	1582,64	18991,7
Suministros		80						80,00	240,00
Servicios		80						80,00	240,00
							<b>TOTAL</b>	160,00	480,00
									1920

## No.42 GASTOS DE VENTA

FÁBRICA DE LICOR DE CACAO									
GASTOS DE VENTA ANUAL Y MENSUAL									
REMUNERACIÓN		SUELDOS	BENEFICIOS SOCIALES					TOTAL MEN SUA L	ANUAL
	CANT	MENSUALES	12,15% I E S S	XIII S u e l d o	XIV S u e l d o	Vacaciones	Indemniza.		
Vendedor	1	400	48,60	33,33	26,67	16,67	33,33	558,60	6703,2
							<b>TOTAL</b>	558,60	6703,2
Suministros		180						180,00	2160
Servicios		80						80,00	960
							<b>TOTAL</b>	260,00	3120
GASTOS FINANCIEROS ANUAL Y MENSUAL									
Interés del Crédito 12%								239,96	2879,47



### No.43 COSTO INDIRECTO

COSTO INDIRECTO											
MATERIALES INDIRECTOS					UNIDAD MED.	C. D	C. M	C. A	V. U	V. M	V. A
Fundas Plásticas					u	1.600	32000	384000	0,15	4800,00	57.600,00
Cartones					u	64	1280	15360	0,30	384,00	4.608,00
Embalajes					u	28	560	6720	0,20	112,00	1.344,00
Etiqueta					u	64	1280	15360	0,02	25,60	307,20
									TOTAL	5.322	63.859

MANO DE OBRA INDIRECTA	C.	SUELDO MENS.	TOTAL	12,15% IESS	XIII SUELDO	XIV SUELDA	VACAC	INDEMN	T MENS	T. A.
Bodeguero	1	359,23	359,23	43,65	29,94	24,33	14,97	29,94	502,05	6024,57
Peón	1	320,00	320,00	38,88	26,67	24,33	13,33	26,67	449,88	5398,56
								<b>TOTALES</b>	<b>951,93</b>	<b>11.423,13</b>

SUMINISTROS Y MATERIALES									100	1.200,00
SERVICIOS GENERALES									100	1.200,00
DEPRECIACIONES									91,80	1.101,60
AMORTIZACION									23,33	280,00
								<b>TOTALES</b>	<b>315,13</b>	<b>3.781,60</b>
TOTAL COSTOS INDIRECTOS									<b>6.588,66</b>	<b>79.063,93</b>
COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS TOTALES MENSUAL Y ANUAL									<b>19.127,31</b>	<b>229.527,73</b>

Una vez presentados los cuadros generales de costos, es necesario clasificarlos en fijos y variables, los mismos que se encuentran en la siguiente tabla:

#### No.44 ESTRUCTURA DE COSTOS

Expresado en dólares

DETALLE	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	TOTAL
<b>COSTOS DE PRODUCCION</b>			
Materia Prima Directa		9.600,00	
Mano de Obra Directa	2.938,65		19.127,31
Costos Indirectos de Fabricación		6.588,66	
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>			
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>			
Personal	1.582,64		1.742,64
Suministros y Materiales	80,00		
Servicios	80,00		
<b>GASTOS DE VENTA</b>			
Personal	558,60		818,60
Suministros y Materiales		180,00	
Servicios		80,00	
	<b>5.239,89</b>	<b>16.448,66</b>	<b>21.688,55</b>

#### 4.7 DETERMINACIÓN DE LOS INGRESOS

Los ingresos constituyen la parte más importante del proyecto, provienen de la venta de los bienes o servicios, principales, subproductos, desperdicios y desechos generados en el sistema productivo.

#### No.45 DETERMINACIÓN DE LOS INGRESOS

<b>TOTAL COSTO DE VENTA</b>			<b>17.965,83</b>
<b>COSTO UNITARIO DE VENTA</b>			<b>149,72</b>
15%			22,46
<b>PRECIO DE VENTA DE UN qq</b>			<b>172,17</b>

<b>No. De qq</b>	<b>120</b>	<b>mensuales</b>
Meses Al año	12	
<b>Total Ingresos Anuales</b>	<b>247928,422</b>	<b>USD</b>

#### 4.8 PUNTO DE EQUILIBRIO ECONÓMICO

Para realizar el cálculo del punto de equilibrio se procede a calcificar los costos en fijos y variables:

##### No.46 COSTOS FIJOS Y VARIABLES

DETALLE	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	TOTAL
<b>COSTOS DE PRODUCCION</b>			
Materia Prima Directa		9.600,00	
Mano de Obra Directa	2.938,65		19.127,31
Costos Indirectos de Fabricación		6.588,66	
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>			
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>			
Personal	1.582,64		1.742,64
Suministros y Materiales	80,00		
Servicios	80,00		
<b>GASTOS DE VENTA</b>			
Personal	558,60		818,60
Suministros y Materiales		180,00	
Servicios		80,00	
	<b>5.239,89</b>	<b>16.448,66</b>	<b>21.688,55</b>

$$\frac{CF}{1 - cvt}$$

VTT

$$PE = \frac{5239,89}{1 - \frac{16448,66}{247.928,42}}$$

$$PE = \frac{5239,89}{0,9336556}$$

$$PE = 5612,23 \text{ USD}$$

#### 4.9 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

##### No.47 PERDIDAS Y GANANCIAS

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>		
<b>DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2013</b>		
<b>VENTAS</b>		247.928,42
<b>(-) COSTO DE PRODUCCION</b>		172.997,10
<b>COSTO DIRECTO</b>	150.463,80	
Materia Prima Directa	115.200,00	
Mano de Obra Directa	<u>35.263,80</u>	
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>	22.533,30	
Materia Prima Indirecta	18.991,70	
Mano de Obra Indirecta	960,00	
Suministros y Materiales	960,00	
Servicios	240,00	
Depreciación	1.101,60	
Amortización	280,00	
<b>GANANCIA BRUTA</b>		74.931,32
<b>(-) GASTOS OPERACIONALES</b>		11.603,39
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	2.160,32	
Personal	1.582,64	
Suministros y Materiales	80,00	
Servicios	80,00	
Amortización	<u>417,67</u>	
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	6.563,60	
Personal	558,60	
Suministros y Materiales	180,00	
Servicios	80,00	
Depreciación	5.325,00	
Amortización	<u>420,00</u>	
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	2.879,47	
Intereses Bancarios	<u>2.879,47</u>	
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>63.327,93</b>
15% Participación trabajadores		<u>9.499,19</u>
<b>UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO</b>		<b>53.828,74</b>
23% Impuesto a la Renta		<u>12.380,61</u>
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>		<b>41.448,13</b>
<b>RESERVAS</b>		8.289,63
Reserva Legal	4.144,81	
Reserva Estatutaria	2.072,41	
Reserva Facultativa	2.072,41	
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>33.158,51</b>

#### 4.10 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

##### No.48 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA						
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2013						
<b>ACTIVO</b>			<b>PASIVO</b>			
						<b>123.823,71</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>180.364,80</b>	<b>PASIVO CORRIENTE</b>		43.611,25	
Inventario de MPD	115.200,00					
Inventario de MPI	63.859,20					
Invent Suministros y Materiales	1.305,60		Préstamo	7.111,07		
			Obligaciones por pagar	5.976,03		
<b>ACTIVO FIJO</b>		<b>54.567,00</b>	Otras Obligaciones por pagar	30.524,15		
Muebles y Enseres	18702,00		<b>PASIVO A LARGO PLAZO</b>		80.212,46	
Maquinaria, Equipo e Instalaciones	12240		Préstamo Bancario a Largo Plazo	16.884,53		
			<b>Otros pasivos</b>			
Equipo de Computación	950,00		Ingresos diferidos	63.327,93		
Vehículo	28000					
(-) Depreciación Acumulada Activo Fijo	-5.325,00					
			<b>PATRIMONIO</b>			<b>121.361,58</b>

		<b>10.253,50</b>	<b>CAPITAL SOCIAL</b>		71.623,82	
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>			Aporte de los Socios	71.623,82		
<b>Gastos de Organización</b>	400,00					
<b>Gastos de Investigación</b>	1.700,00		<b>UTILIDADES</b>		41.448,13	
<b>Gastos de Capacitación</b>	900,00		Utilidad	41.448,13		
<b>Gastos Ejecución del Proyecto</b>	10.041,87		<b>RESERVAS</b>		8.289,63	
<b>(-) Amortización Acumulada</b>	-2.788,37		Reserva Legal	4.144,81		
			Reserva Estatutaria	2.072,41		
			Reserva Facultativa	2.072,41		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>245.185,30</b>	<b>TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO</b>			<b>245.185,30</b>

#### 4.11. FLUJO DE EFECTIVO

##### No.49FLUJO DE EFECTIVO

AGRO ESPORTADORA MANOBANDA S.A.					
FLUJO NETO DEL EFECTIVO					
PERIODOS DEL 1 AL AÑO 5					
AÑOS	1	2	3	4	5
INGRESOS	247.928,42	247.928,42	247.928,42	247.928,42	247.928,42
EGRESOS	184.600,49	184.600,49	184.600,49	184.600,49	184.600,49
FLUJO DE CAJA	63.327,93	63.327,93	63.327,93	63.327,93	63.327,93

## **CAPÍTULO V**

### **5.1 EVALUACIÓN FINANCIERA Y ECONÓMICA**

Es un instrumento para la Dirección Estratégica, su objetivo general es brindar las herramientas básicas necesarias para aproximarse adecuadamente al proceso de evaluación y toma de decisiones.

Consiste en recopilar los estados financieros para comparar y estudiar las relaciones existentes entre los diferentes grupos de operaciones de la empresa.

La presentación de los datos obtenidos mediante el análisis financiero permite a la gerencia medir el progreso comparando los resultados alcanzados con las operaciones planeadas y controles aplicados, además informa sobre la capacidad de endeudamiento, su rentabilidad y su fortaleza o debilidad financiera, esto facilita el análisis de la situación económica de la empresa para la toma de decisiones.

El análisis financiero consiste en la aplicación de técnicas mediante las cuales se realiza el estudio financiero de la empresa. Una de las cualidades del análisis financiero es simplificar y reducir los datos descriptivos y numéricos que integran los estados financieros.

La evaluación financiera estudia los aspectos monetarios del proyecto y la contribución al inversionista.

La evaluación económica en cambio analiza la contribución del proyecto a la economía es su conjunto.



### 5.1.1 Tasa de rendimiento mínima aceptable (TREMA).

La tasa de rendimiento mínima aceptable para los inversionistas de un proyecto está relacionada con la tasa de oportunidad a la cual se podrían aplicar los recursos en otras alternativas de inversión.

Un inversionista tiene la oportunidad de colocar sus recursos en varias alternativas que le dan diferentes tasas de rendimientos, el mismo debe evaluar cuál es la más adecuada en función de la rentabilidad y del riesgo, a fin de no incurrir en costos de oportunidad.

Para el cálculo de la TREMA se debe considerar la tasa de inflación anual prevista, más un premio por el riesgo de la inversión, así,

$TREMA = \text{Tasa de inflación} + \% \text{ premio al riesgo}$

$TREMA = 2,74\% + 8\% = 10,74\% \longrightarrow 11\%$

La TREMA se constituye en la tasa de descuento.

### 5.1.2 Valor Actual Neto (VAN)

Una variable importante que afecta al valor del dinero es el tiempo. No se puede comparar dos flujos de recursos si estos se encuentran en diferentes períodos, es necesario introducir el concepto de valor actual, que permite descontar los flujos generados a una tasa que reconozca el costo de oportunidad del dinero, de tal forma que se genere una equivalencia de los flujos futuros a valor presente, que luego pueden compararse con el monto de la inversión inicial, la que se efectuó al inicio de las operaciones de la empresa.

**No.50VAN POSITIVO**

$$VA = 1/(1+i)^n$$

AÑOS	INVERSION	INGRESOS	EGRESOS	FACTOR ACTUALIZACION		INVERSION	INGRESOS	EGRESOS
0	95.619,42				Fact. De Act	95.619,42		
1		247.928,42	184.600,49	$1/(1+0.11)^1$	0,903016074		223.883,35	166.697,21
2		247.928,42	184.600,49	$1/(1+0.11)^2$	0,815438029		202.170,26	150.530,26
3		247.928,42	184.600,49	$1/(1+0.11)^3$	0,736353648		182.563,00	135.931,24
4		247.928,42	184.600,49	$1/(1+0.11)^4$	0,66493918		164.857,32	122.748,10
5		247.928,42	184.600,49	$1/(1+0.11)^5$	0,600450767		148.868,81	110.843,50
	95.619,42	1.239.642,11	923.002,44			95.619,42	922.342,75	686.750,31
						VAN1=	139.973,01	

## No.51VAN NEGATIVO

Costo de oportunidad                      60%

$$VA = 1/(1 + i)^n$$

AÑOS	INVERSION	INGRESOS	EGRESOS	FACTOR ACTUALIZACION		INVERSION	INGRESOS	EGRESOS
0	95.619,42				1,00000	95.619,42		
1		247.928,42	184.600,49	$1/(1+60)^1$	0,62500		154.955,26	115.375,31
2		247.928,42	184.600,49	$1/(1+60)^2$	0,39063		96.847,04	72.109,57
3		247.928,42	184.600,49	$1/(1+60)^3$	0,24414		60.529,40	45.068,48
4		247.928,42	184.600,49	$1/(1+60)^4$	0,15259		37.830,87	28.167,80
5		247.928,42	184.600,49	$1/(1+60)^5$	0,09537		23.644,30	17.604,87
	596.896,00	12.870.000,00	3.906.615,50			95.619,42	373.806,88	278.326,02
						VAN2=	-138,57	

### 5.1.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno es la tasa de descuento a la cual el VAN es cero. En términos más sencillos representa el retorno porcentual con respecto a la inversión que el proyecto arroja, en definitiva, porcentualmente cuanto el proyecto entrega a sus partícipes con respecto a la inversión realizada.

$$TIR = r1 + (r2 - r1) \frac{VAN1}{VAN1 - VAN2}$$

Dónde:

$r_1$  = Tasa de descuento utilizada para calcular el  $VAN_1$

$r_2$  = Tasa de descuento utilizada para calcular el  $VAN_2$

$VAN_1$  = Valor positivo

$VAN_2$  = Valor negativo

r1	11%	
r2	60%	
Van 1	139.973,01	
Van2	-138,57	
TIR	60%	0,99901099
TIR	0,599	
TIR	59,94%	

Al ser la Tasa Interna de Retorno Equivalente a 59,94%, se concluye que el proyecto es rentable desde el punto de vista financiero.

## i. RELACIÓN BENEFICIO /COSTO

Un criterio tradicionalmente utilizado en la evaluación de proyectos es esta relación. La relación beneficio-costos mide la utilidad obtenida por cada unidad de capital invertido, es decir, mide la utilidad que genera el proyecto por cada dólar invertido.

Es la relación en términos de valor actual del flujo neto que permite calcular, representa la generación de excedentes fruto de la actividad principal del proyecto.

R\$/BC=

	1	2	3	4	5
R\$/BC=	$\frac{63327,93}{1,11}$	$\frac{63327,93}{1,23}$	$\frac{63327,93}{1,36}$	$\frac{63327,93}{1,50}$	$\frac{63327,93}{1,67}$

R\$/BC= 57186,14 51640,01 46631,75 42109,22 38025,31

ING-ACT 235592,43  
EGRESOS **95619,42**

R\$/BC= 2,46 - 1 de prima

R\$/BC= 1,46 CENTAVOS DE DÓLAR

## ii. PRI

Se define como el período que tarda en recuperarse la inversión inicial a través de los flujos de caja generados por el proyecto. La inversión se recupera en el año en el cual los flujos de caja acumulados superan a la inversión inicial.

	0	1	2	3	4	5
		63.327,93	63.327,93	63.327,93	63.327,93	63.327,93
	-95.619,42					
	63.327,93	32.291,49				
	63.327,93	100%				
	32.291,49	X				
	0,5					
<b>AÑOS</b>	<b>MESES</b>					
1	5					

## 5.2 EVALUACIÓN SOCIAL

En Ecuador, la producción de licor de cacao, la realizan los mismos cultivadores de cacao o empresas especializadas, quienes combinan este cultivo con el de otras especies agrícolas y pecuarias, se cultiva el cacao en regiones planas y montañosas de la costa y sub trópicos, en alturas comprendidas entre 1.000 y 1.300 metros sobre el nivel del mar. Por tradición el cultivo incluye la siembra, la fertilización o abonamiento, el control de malezas y la cosecha luego de 18 meses de sembrada, Las labores son de carácter manual.

Todo este proceso requiere de mano de obra calificada, semicalificada y altamente calificada, en consideración a lo expuesto el presente proyecto tiene un gran impacto social al generar y promover el auto empleo, y el empleo formal, básicamente al incrementar el cultivo de cacao, muchos más agricultores se ven beneficiados, en especial en el cantón Quevedo donde ya existen centros de acopio que requieren cada vez más del producto, y más aún cuando Exportadora Manobanda, requiere de este producto como materia prima para producir su licor de cacao, se estima que unas 100 familias productoras de cacao de la región se beneficiarán directamente, y con la construcción de la planta procesadora 12 personas más, es decir se contribuye directamente con la disminución del desempleo.

### **5.3 IMPACTO AMBIENTAL**

Se estima que no existirá un impacto ambiental por ningún motivo, ya que el humo resultado de la cocción anteriormente citada, será en mínima cantidad por que en el proceso de cocción se lo realizará de una forma adecuada. Por lo tanto, siendo el proceso de transformación natural, no se contaminará en ningún aspecto al medio ambiente ni a los que viven en él.

Desde el punto de vista de impacto ambiental, el cacao, se considera una especie conservacionista, ya que protege el suelo de la erosión Y contribuye a mantener su humedad y fertilidad natural. Además, el cacao es una de las pocas especies vegetales de importancia comercial que no precisa del uso intensivo de insumos químicos para el control de problemas fitosanitarios, pues hoy en día se dispone de materiales genéticos adaptados a diversos ambientes Y tolerantes a las principales enfermedades.

Así mismo, en la mayor parte de las regiones cacaoteras existen controladores biológicos de los insectos plaga y el cultivo del cacao manejado en forma adecuada compite de forma eficiente con las malezas.

Al ser el producto cien por ciento natural, tanto en su forma física como en su proceso de transformación, el impacto ambiental será mínimo, aportando así la labor de control de las instituciones ambientales dedicadas a medir los impactos anteriormente citados.

### **5.3.2 MEDIDAS DE MITIGACIÓN**

- Se estima la corrección de la cantidad pequeña de humo mediante el correcto quemado de los combustibles; así a la empresa se la considerará como una organización que no contamina el medio ambiente.
- Utilización la cascara de la Pepa del cacao como fertilizante natural en los cultivos de la zona.
- No utilizar combustibles tales como diesel o gasolina extra.



## **CAPÍTULO VI**

### **6.1 CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES**

- Se ha determinado un estudio de mercado en la cual hemos encontrado necesidades insatisfechas en los habitantes del cantón Quevedo provincia de Los Ríos, que es el desabastecimiento de licor de cacao, y se ha considerado la implementación de una planta procesadora de licor de cacao, para así cubrir parte de la demanda o necesidades del mercado local. Este proyecto tendrá un nivel de aceptación muy favorable, generando así un desarrollo económico y social tanto en la provincia como en el país.
- En el Ecuador existe una demanda insatisfecha de licor de cacao y a pesar de la gran producción de materia prima que oferta nuestro país, no existe en su totalidad una empresa que se dedique a la transformación de materia prima en un producto ya elaborado, por lo que es conveniente iniciar un proyecto de implementación de una planta procesadora de licor de cacao para posicionarse en la mente de los consumidores e incentivar la demanda actual y potencia que el proyecto se encuentra en capacidad de cubrir.
- Las cualidades del producto, los volúmenes de comercialización y la promoción nacional e internacional, facilitarán el mercadeo interno de nuestro producto, ya que la demanda del mercado, tanto externo como interno, es en base a un producto de calidad.
- El proyecto es viable desde el punto de vista financiero. Los indicadores obtenidos reflejan que el proyecto está en capacidad de retornar la inversión favorablemente.
- Se ha demostrado que el proyecto es rentable, considerando que nuestro nivel de ventas esperado anual, no se reduzca más allá de un porcentaje promedio.

## **RECOMENDACIONES**

- Se recomienda realizar un estudio de mercado más amplio y crear programas de asistencia técnica a los pequeños productores, con el fin de incrementar rendimientos, provisión continua y mejorar la calidad de la materia prima
- Realizar una vigilancia constante de los procesos productivos, principal y especialmente la entrada de la materia prima; se debe escoger un producto de calidad, de acuerdo a los estándares requeridos, una buena materia prima de excelente calidad nos asegura una buena producción sobre todo de alto rendimiento en volumen.
- Es necesario mantener un monitoreo constante de los precios del producto terminado, y ponerlo en un nivel competitivo, puesto que el proyecto es sensible a cualquier variación desfavorable que experimenten.
- Una vez cumplidos los objetivos de mercadeo y ventas en el cantón Quevedo, se recomienda estudiar la posibilidad de comercializar los productos a nivel nacional con la asistencia de los grandes intermediarios.

## BIBLIOGRAFÍA

- ARBOLEDA VELEZ, Germán, Proyectos, formulación, evaluación y control, AC Editores, Colombia, 1998.
- ARTHUR Anderson, Diccionario de Economía y negocios, 2000.
- HERNÁNDEZ, Abraham, Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, cuarta edición, 2001.
- ILPES, Guía para la presentación de proyectos. Economía y Demografía.
- LOCK, Dennis. Gestión de proyectos. Planificación, presupuesto, control y evaluación de proyectos. Madrid 1990. Editorial Paraninfo.
- P. Kotler; G. Armstrong, MERCADOTECNIA (6ta. Edición, New York, Prentice Hall, 1994), pp. 429 - 429
- SANCHES YABAR, Guido “El Marketing en las pequeñas empresas”, Bogotá, 2002.
- SAPAC CHAIN, Nassir, SAPAC CHAIN, Reinaldo, “Fundamentos de preparación y evaluación de proyectos”. Bogotá Febrero 2002, Editorial Italgraf.
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones del Ecuador (2010)

### Links de internet (Web grafía):

- Agromanobanda S.A: [agromanobanda@grupomanobanda.com](mailto:agromanobanda@grupomanobanda.com)
- Banco Central del Ecuador: <http://www.bce.fin.ec>
- Comité de comercio exterior: [www.comex.gob.ec](http://www.comex.gob.ec).
- Federación de Exportadores del Ecuador: [www.ecuador.fedexpor.com](http://www.ecuador.fedexpor.com)
- Google maps: [maps.google.com.ec](http://maps.google.com.ec).

- Instituto Ecuatoriano de Normalización: <http://www.inen.gob.ec/>
- Instituto Ecuatoriano de Normalización: <http://www.inen.gob.ec/>.
- Ministerio de Agricultura y Ganadería y pesca: [www.magap.gob.ec](http://www.magap.gob.ec).
- Wikipedia, La enciclopedia libre: [es.wikipedia.org](http://es.wikipedia.org)